



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

La cadena de distribución física internacional en la exportación de textiles  
peruanos al mercado brasileño, 2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciado en Negocios Internacionales

**AUTORES:**

Gonzales Espinoza, Yael Estefani (ORCID: 0000-0002-4505-1675)

Suarez Icomedes, Giovanni Enrique (ORCID: 0000-0002-5975-8495)

**ASESORA:**

Mgtr. Cavero Egusquiza Vargas, Loralinda Leonor (ORCID: 0000-0001-5222-8865)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

Lima – Perú

2019

### **Dedicatoria**

Este trabajo de investigación va dedicado para nuestros padres y hermanos que fueron capaces de impulsarnos día con día con el desarrollo de este proyecto. También, brindamos nuestra gratitud, a nuestra asesora que nos orientó y aconsejó asertivamente para la culminación de la tesis.

### **Agradecimiento**

Agradecemos primero a Dios, a nuestra asesora que nos dirigió en cada proceso de la culminación de este proyecto, a nuestras familias nos brindaron su apoyo incondicional y esmero para concluir esta etapa de nuestras vidas.

## **Página del Jurado**

## **Declaratoria de Autenticidad**

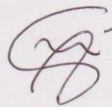
### **DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD**

Nosotros, Gonzales Espinoza Yael Estefani y Suarez Icomedes Giovanni Enrique a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo del Proyecto de Tesis, declaramos bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaramos también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión, tanto en los documentos como de información aportada por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 05 de Diciembre del 2019



---

Gonzales Espinoza Yael Estefani



---

Suarez Icomedes Giovanni Enrique

## ÍNDICE

	<b>Pág.</b>
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Índice	vi
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>II. MÉTODO</b>	<b>22</b>
2.1. Diseño de Investigación	22
2.2. Variables y operacionalización	23
2.3. Población y muestra	25
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	26
2.4.1. Técnicas de recolección de datos	26
2.4.2. Instrumento: Cuestionario	26
2.4.3. Validez	27
2.4.4. Confiabilidad	27
2.5. Métodos de Análisis de datos	28
2.6. Aspectos éticos	28
<b>III. RESULTADOS</b>	<b>29</b>
<b>IV. DISCUSIÓN</b>	<b>44</b>
<b>V. CONCLUSIONES</b>	<b>46</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	<b>48</b>
<b>REFERENCIAS</b>	<b>50</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>55</b>
Anexo 1: Matriz de consistencia	55
Anexo 2: Formato de cuestionario	57
Anexo 3: Validación de encuestas	59
Anexo 4: Gráficos o Tablas	64
Anexo 5: Carta de Compromiso	68
Anexo 6: Turnitin	71

## ÍNDICE DE TABLAS

		<b>Pág.</b>
Tabla 1	<i>Operacionalización de la variable</i>	23
Tabla 2	<i>Validez de contenido del instrumento de las variables cadena de distribución física internacional y la exportación de textiles</i>	27
Tabla 3	<i>Rangos de confiabilidad para enfoques cuantitativos</i>	27
Tabla 4	<i>Tipo de Carga</i>	29
Tabla 5	<i>Tipo de Carga</i>	30
Tabla 6	<i>Preparación de la mercancía</i>	31
Tabla 7	<i>Preparación de la mercancía</i>	32
Tabla 8	<i>Modo de transporte</i>	33
Tabla 9	<i>Modo de transporte</i>	34
Tabla 10	<i>Participación de mercado</i>	35
Tabla 11	<i>Participación de mercado</i>	36
Tabla 12	<i>Balanza Comercial</i>	37
Tabla 13	<i>Balanza Comercial</i>	38
Tabla 14	<i>Demanda Externa</i>	39
Tabla 15	<i>Demanda Externa</i>	40
Tabla 16	<i>El tipo de carga de la cadena de distribución física internacional influye significativamente en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño</i>	41
Tabla 17	<i>La preparación de la mercancía de la cadena de distribución física internacional influye significativamente en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño</i>	41
Tabla 18	<i>El modo de transporte de la cadena de distribución física internacional influye significativamente en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño</i>	42
Tabla 19	<i>La cadena de distribución física internacional influye significativamente en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño</i>	43

## ÍNDICE DE FIGURAS

		Pág.
Figura 01.	<i>¿La empresa maneja un volumen de carga general alto mensualmente?</i>	29
Figura 02.	<i>¿La empresa maneja un volumen de carga a granel alto mensualmente?</i>	30
Figura 03.	<i>¿Considera usted que tanto el empaque como el envase son características importantes para el envío de mercancías al mercado brasileño?</i>	31
Figura 04.	<i>¿Considera necesario que un adecuado embalaje contribuirá a reducir costos ante algún inconveniente dentro del tránsito internacional hasta llegar a su destino final?</i>	32
Figura 05.	<i>¿Utiliza con frecuencia el modo de transporte aéreo para enviar sus mercancías al mercado brasileño?</i>	33
Figura 06.	<i>¿Utiliza con frecuencia el modo de transporte marítimo para enviar sus mercancías al mercado brasileño?</i>	34
Figura 07.	<i>¿Influye el nivel de segmentación de mercado en la satisfacción del cliente extranjero?</i>	35
Figura 08.	<i>¿Usted considera que el nivel de consumo en el mercado destino es un factor clave para establecer un mayor contacto con el cliente consumidor?</i>	36
Figura 09.	<i>¿Los altos niveles de inflación son un factor perjudicial cuando se negocia la comercialización de los productos entre ambos países?</i>	37
Figura 10.	<i>¿El alto nivel de deuda externa representa un riesgo al momento de ejecutar acciones comerciales con el país en negociación?</i>	38
Figura 11.	<i>¿Considera usted que los fluctuantes niveles de PBI afectan en la exportación de sus productos?</i>	39
Figura 12.	<i>Al momento de negociar sus productos con algún país, ¿usted analiza constantemente el nivel de crecimiento de dicho país escogido como destino de sus exportaciones?</i>	40



## **RESUMEN**

La presente investigación titulada “La cadena de distribución física internacional en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño, 2018”, tuvo como objetivo general, determinar de qué manera la cadena de distribución física internacional influye en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño.

La investigación es de enfoque cuantitativo con diseño descriptivo no experimental y de tipo correlacional; el cual para lograr desarrollar la investigación respectiva, se tomó una población de 27 empresas, las cuales son las principales exportadoras de textiles peruanos al mercado brasileño, de tal forma, la muestra se encuentra formada por 41 trabajadores de dos empresas del rubro escogido. Asimismo, para nuestras dos variables de investigación se empleó un cuestionario conformado por doce preguntas, seis preguntas para cada una de las variables, y con ello, se pudo obtener los resultados. Los datos estadísticos analizados incentivan y sustentan que existe una correlación alta entre las variables, la cadena de distribución física internacional y la exportación de textiles, en las que conllevan un proceso de mecanismos que potencian las habilidades de las empresas exportadoras de este rubro, en las que apoyados con el conocimiento para la adecuada manipulación de las mercancías en el mundo comercial facilitan a que estas entidades obtengan una mayor rentabilidad y se conviertan en puntos estratégicos de competencia de alta gama. De tal forma, se describen algunas teorías del comercio internacional como el Just in Time y el Fair Trade que son hitos en el mundo exportador y se extienden como pilares que fundamentan la investigación y la construcción de mayores ventajas a través del tiempo. Además de esto, las personas encuestadas que laboran en grandes corporaciones peruanas en el mundo de exportación textil brindan sostén a las conclusiones y recomendaciones finales de la investigación con las que se fortalecen las teorías de que un oportuno control, distribución y dirección a un perfil más competitivo establece fuertes conexiones y lazos comerciales con otras grandes empresas del rubro a nivel internacional.

Palabras clave: Cadena de distribución física internacional, exportación de textiles, rubro textil, Just in Time, Fair Trade.

## **ABSTRACT**

The present research entitled "The international physical distribution chain in the export of Peruvian textiles to the Brazilian market, 2018", had as its general objective, to determine how the international physical distribution chain influences the export of Peruvian textiles to the Brazilian market.

The research has a quantitative approach with a non-experimental descriptive and correlational design, which in order to develop the respective research, a population of 27 companies was taken, which are the main exporters of Peruvian textiles to the Brazilian market, in such a way, The sample consists of 41 workers from two companies of the chosen category. Likewise, a questionnaire consisting of twelve questions, six questions for each of the two variables was used for our two research variables, and with this, the results could be obtained. The statistical data analyzed encourage and sustain that there is a high correlation between the variables of the international physical distribution chain and the export of textiles in which they involve a process of mechanisms that enhance the skills of the exporting companies of this item, in which they are supported With the knowledge for the proper handling of merchandise in the commercial world, they facilitate these entities to obtain greater profitability and become strategic points of high-end competition. In this way, some theories of international trade are described as just in time and fair trade that are milestones in the exporting world and extend as pillars that support the research and construction of greater advantages over time. In addition to this, respondents who work in large Peruvian corporations in the world of textile exports provide support to the conclusions and final recommendations of the research with which they strengthen the theories that a timely control, distribution and direction to a more competitive profile establishes strong connections and commercial ties with other large companies in the field internationally.

**Keywords:** International physical distribution chain, textile exports, textile sector, just in time, fair trade.

## **I. INTRODUCCIÓN**

A través de este se expone la problemática frente a las exportaciones de textiles que han sufrido un proceso de desaceleración en los últimos 10 años debido a la deficiente competitividad en costos y producción que las empresas exportadoras peruanas presentan a nivel internacional, sobre todo en los mercados principales, incluyendo a Brasil. Los productores peruanos empezaron a ser removidos de los primeros puestos de rankings del rubro textil por un tema de precios y competencia a nivel internacional, superados por países de Centroamérica los cuales se han visto directamente beneficiados con la caída de exportaciones peruanas a mercados globales de textiles en la última década. Sin embargo, la industria textil se ha visto retraída desde el último record en 2008 con los US\$ 1.841 millones por factores políticos y socioeconómicos que han ocurrido en Estados Unidos y Europa por restricciones comerciales y la falta de pagos que han venido experimentando diversos mercados como Colombia y Brasil.

Por otro lado, se observa que la cadena de distribución física internacional impacta de manera sustancial en el establecimiento de un producto el cual desea ser colocado en el mercado internacional; la adecuada gestión de este proceso conlleva diversos retos y también muchas ventajas. Como lo denota Mondragón, V, donde afirma que “el objetivo principal de la DFI es reducir tiempos, los costos y el riesgo que se puede generar durante el trayecto desde el punto de salida de origen hasta el punto de entrega en destino” (p.1); esto sugiere que la precisa manipulación de la mercancía en sectores comerciales generará una mayor estabilidad respecto a la carga y al mantenimiento de los materiales que se estén exportando con el fin de maximizar una rentabilidad esperada en la empresa.

El Perú, se está convirtiendo en un país de gran preferencia no solo para las inversiones extranjeras sino también en la ronda de negociaciones para la comercialización de distintos productos donde se ha destacado la gran diversidad que poseemos en todos los sectores; con esto podemos decir que el país va creciendo a grandes pasos y alcanzando más relevancia en el mercado internacional.

En tanto, la producción de textiles en el Perú posee unos índices altos en comparación de los distintos países de este lado del mundo. La entrada de este tipo de productos en el mercado brasileño ha potencializado y establecido una conexión con altos niveles de competitividad pero que a su vez ha generado mayores beneficios en el mercado internacional. El Comité de Confecciones en Adex demuestra las magnitudes por las que el

Perú ha ido evolucionando y subiendo en los ranking más importantes del sector textil, destacando su participación con el 1% que hace equivalente a 300 empresas dentro del ranking en comparación con otros países (Catalán, 2019).

Cabe resaltar que la mayoría de los procesos que intervienen dentro de la cadena de distribución física internacional aun suelen ser un tanto desconocidos para las empresas exportadoras como para los mismos empresarios, conllevando a la poca eficiencia en sus gestiones comerciales y no permitiendo maximizar la estabilidad económica dentro de la industria. Si bien, las organizaciones poseen una logística correcta, en muchos casos estas pueden significar costos altos y tiempos cortos por la falta de conocimiento ante las acciones que se pueden tomar en reemplazo de otras.

Con lo investigado, conocer la cadena de distribución física internacional contribuirá a un mejor manejo de los procesos participantes y que son necesarios para poder ejecutar acciones comerciales (exportación o importación) de manera eficiente y buscando beneficios estables para las empresas que buscan una relación comercial duradera con países que poseen interés en lo que se les brinde.

Para una investigación más profunda se tuvo como referencia a los siguientes autores que complementan y ponen a conocimiento investigaciones similares a la presente:

Molina (2017) en su tesis de licenciatura *Análisis de la distribución física internacional y el proceso de marketing en Corpneumatics, S.A de C.V. (México)* planteó como objetivo general el analizar la distribución física internacional en el caso de importación y el proceso de marketing de componentes neumáticos en Corpneumatics, S.A. de C.V. (México). En cuanto a la metodología empleada, la autora optó por una investigación de tipo cualitativa y cuantitativa con diseño descriptivo. Se empleó la recolección de datos mediante entrevistas y encuestas a 50 clientes que dejaron de adquirir los productos que comercializaban, así como también la recolección de datos mediante fuentes primarias y secundarias que les fueron proporcionadas por parte de la empresa en cuestión. La tesis presenta como resultados que con el fin de optimizar la distribución física internacional en el proceso de importación, optan por la comparación mediante dos puertos en México, concluyendo que el puerto de Manzanillo es más eficiente puesto que el tiempo de traslado es más corto y el coste en general es el adecuado; representado por un porcentaje de 25% en el coste en comparación al puerto de Veracruz que posee el 28%. En cuanto a la

conclusión, la autora hace la acotación que el comercio internacional es causa y efecto de la globalización, ya que en él se basa el incremento comercial entre las naciones o empresas de diferentes países. Resaltando, que dentro de dichos procesos existen agentes que intervienen en las transacciones comerciales como son la Distribución Física Internacional (DFI) y el proceso de marketing; en especial se pudo concluir con la optimización de los procesos en la cadena de distribución física internacional puede generar un mayor equilibrio en la empresa. Además, recomendó que resulta de vital importancia que se establezcan lineamientos para el control de las importaciones en el departamento de compra internacional de Corpneumatics, S.A. de C. V. para que así exista una mayor organización con respecto a la logística internacional y a la liberación de la mercancía en el momento que llega a puerto. Por lo tanto, se deberían manejar procesos adecuados de acuerdo a los servicios que ofrecen las empresas de logísticas como un correcto manejo de rutas a efectuar durante el transporte de mercancías que permitan mantener un sistema coordinado entre la empresa de logística y la compañía.

Alcívar y Sánchez (2016) en su tesis de licenciatura *“Análisis de la Distribución Física Internacional y su incidencia para el Comercio Exterior del Ecuador Periodo 2010-2014. Caso: Logística de la modalidad transportación terrestre”* estableció como objetivo general analizar el impacto que ha tenido la Distribución Física Internacional durante el periodo 2010-2014 en el comercio exterior ecuatoriano para determinar el tipo versatilidad que ha logrado obtener en el área de las negociaciones y de qué manera ha influido en el campo de la economía nacional y en el transporte terrestre de carga pesada. La metodología empleada por las autoras fue de una investigación mixta, es decir cualitativa y cuantitativa, con diseño descriptivo exploratorio. La recolección de datos se dio mediante una encuesta brindada a 111 empresas de transporte de carga pesada en Guayaquil. En relación a los resultados obtenidos de las encuestas proporcionadas a los 111 representantes de las empresas antes mencionadas, se determinó que el 37% de los encuestados desean adquirir un sistema logístico que contribuya en la facilitación del desarrollo de la distribución física internacional de mercancías, así como también el 26% establecieron que sus carentes sistemas de gestión de calidad se debe a la falta de un modelo logístico que facilite las operaciones de carga y descarga de mercancías. La tesis concluyo que basándose en los resultados brindados por las empresas, la correcta coordinación y organización por parte de los intervinientes en el traslado de mercancías, indudablemente mejorará de manera positiva el retraso existente con respecto a la entrega

de mercancías. Como recomendación, las autoras redactaron que para que exista una mayor organización con respecto al transporte terrestre de carga pesada, se debe proporcionar mayor información actualizada a los intervinientes en el proceso logístico de mercancías.

Alanoca (2015) con título *“Distribución Física Internacional para la importación de tapas y preformas para la industria de bebidas”* para obtener el grado de licenciado en economía, mencionó como objetivo general demostrar que la actual distribución física internacional de requerimientos de materia prima (tapas y preformas) de importación, es una de las causas que no permite la optimización de costos en los procesos de atención de los requerimientos de materia prima en las empresas embotelladoras de gaseosas. La metodología aplicada fue cualitativa, de diseño descriptivo, deductivo y prepositivo. Del mismo modo, la recolección de datos se hizo mediante entrevistas y revisiones documentales. Los resultados obtenidos de haber aplicado modelos econométricos como parte de la explicación y comprobación de las hipótesis planteadas en la investigación, se determinó que se rechaza la hipótesis nula debido que obtuvo un nivel de significación de 5% en comparación a la hipótesis principal, la cual quedo completamente aceptado con un porcentaje de 65% de grado de confianza, determinando así su aplicación apropiada. La tesis presentó como conclusión que estas dos materias primas son de vital importancia para las empresas de gaseosas puesto que solamente se realiza su importación debido a que actualmente en el país no existen empresas dedicadas a la producción de estas dos materias primas como son las tapas y preformas. Por su parte, la autora recomendó proponer propuestas de creación de muchas empresas que produzcan bienes que actualmente no las tenemos y pedir colaboración de gobierno de turno para tal efecto.

Morante (2016) con título *“Estudio de mercado para determinar la oportunidad de comercializar t-shirts a base de algodón orgánico peruano con destino al sector textil de Medellín, Colombia”* para obtener el título profesional en Administración de Empresas, mencionó como objetivo general determinar la oportunidad para comercializar t-shirts a base de algodón orgánico peruano en la industria textil de Medellín, Colombia. La metodología aplicada fue de enfoque mixto, cualitativo – cuantitativo – documental. De igual manera, la recolección de datos se realizó a través de entrevistas y encuestas además de la revisión de documentos e información de herramientas de inteligencia comercial. Los resultados obtenidos resaltan las cifras expresadas por las distintas entidades que evalúan el

rendimiento de la oportunidad de comercializar estas prendas a distintos países, es por ello que se resalta que este mercado había estado en subida con un 3.7% de crecimiento en ventas hasta los últimos 3 años, sin embargo el año pasado paso a tener una caída de 6.5% al respecto; es así que cuando se realizó la entrevista respectiva, los entrevistados estimaron que solo el 50% de los clientes vuelven nuevamente a adquirir un producto de una venta anterior, así como también destacan que actualmente los pedidos que poseían ya no son magnitudes altas sino que son menores pese a la buena calidad en sus materias primas con las que elaboran los productos comercializados; ellos también precisan que posicionarse dentro de un escenario internacional no es fácil, ya que implica inversiones en distintos procesos, es por ello que las empresas optan por usar las plataformas digitales para la venta de sus productos. La tesis presentó como conclusión que existe una demanda actual de los productos textiles que ha caído en los últimos tres años pero que se muestra prometedora dado los antecedentes de una tendencia creciente durante diez años.

Amudio (2018) con título *“Factores que dificultan el proceso de exportación en las empresas textiles de Lima Metropolitana, 2018”* para obtener el título profesional de Licenciada en Negocios Internacionales estableció como objetivo principal determinar los factores que dificultan el proceso de exportación en las empresas textiles en Lima, 2018. El enfoque usado fue cuantitativo con diseño no experimental de corte transaccional y de tipo descriptivo. La recolección de datos se realizó a través de un cuestionario aplicado a una base de datos en el programa SPSS utilizando el porcentaje de frecuencias. Referente a los resultados, este fue realizado a 72 empresas exportadoras de Lima Metropolitana en las que el 80.6% afirman que los elementos en el procedimiento de exportación se obstaculizan en gran manera, es por ello que las empresas dedicadas al comercio internacional deben priorizar una adecuada gestión en sus operaciones, mejorar su capacidad empresarial, optimizar el control de calidad y sus tiempos de entrega de la mercadería ya que estos factores contribuyen de forma significativa a que estas corporaciones no decaigan en su rentabilidad. La tesis presentó como conclusión que los elementos que impiden o retrasan el proceso de exportación en las empresas textiles en Lima Metropolitana son alarmantes debido a que estos entes no toman mucho en consideración adecuados manejos de operatividad aduanera y comercial al momento de realizar sus exportaciones.

Ríos (2018) con título *“Nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017”* para obtener el

título profesional en Administración y Negocios Internacionales, mencionó como objetivo general analizar el nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil del centro poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017. La metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, descriptivo, no experimental. De igual manera, la recolección de datos fue realizada a través de encuestas aplicadas a 42 artesanos en el centro poblado de Porcón Alto de la provincia de Cajamarca y complementando con búsqueda de información. Dentro de los resultados obtenidos, se destaca que el 55% de los artesanos encuestados afirman que los clientes no viajan mucho al pueblo de Porcón Alto para la adquisición de sus productos; asimismo el 45% de los artesanos hacen referencia que no se encuentran en un nivel de competitividad alta en exportación debido a la falta de conocimiento de las facilidades, oportunidades y beneficios que esta acción comercial pueda conllevar. La tesis presentó como conclusión que la situación actual del sector textil en el centro poblado de Porcón Alto en cuanto al manejo de maquinaria, la capacidad de producción, la relación comercial, la capacidad económica y la de recursos humanos se encuentra en un nivel totalmente bajo ya que los conocimientos sobre un proceso de producción no contribuye a que se tenga un producto con un alto nivel de calidad al mismo tiempo el acceso de financiamiento del sector textil no se da fácilmente en esta asociación, causando así un nivel de ventas que no llega al nivel esperado y no se genere competitividad y comercialización.

Lu & Beamish (2001) con título *“The Impact of the Enterprise Trans-Province Geographical Diversification on the Corporate Performance of the Manufacturing Industry in Eastern Part of China—Empirical Analysis Based on the Panel Data of the Listed Companies”* detalla al respecto que las empresas exportadoras internacionales realizan diversos tratados para lograr un mayor impacto ante las compañías competidoras generando una oportunidad de lograr experiencia y conocimiento ante procesos de exportación que mejoren las ganancias de las empresas sobretodo en el continente asiático.

Por otro lado, Grant, Jammine & Thomas (1988) con título *“Diversity, Diversification, and Profitability Among British Manufacturing Companies, 1972–1984”*, considera que existen muchos beneficios de exportación como son las economías de escala donde se producen un mayor volumen de ventas y de producción para abastecer las necesidades de un mercado más grande y más competitivo, en el cual se puede extender a través de la diversidad de productos con los que se puede comercializar y que en un futuro cercano se podrán volver



rentables asumiendo los procesos correspondientes que conlleven a una negociación exitosa, por ello, este estudio promueve la diversificación multinacional, en la que se evidencia una adaptación a la competencia actual para lograr resaltar dentro de todas las empresas existentes.

Además que, Kim, Hwang & Burgers (1993) con título *“Multinationals' diversification and the risk-return trade-off”* considera al respecto que la diversificación en el mundo internacional y la relación con grandes empresas que ya se encuentran posicionadas en el mercado de la exportación beneficia a pequeños y medianos empresarios para reducir el nivel de riesgo al momento de realizar diversas negociaciones en el comercio exterior, por ello, al integrar un producto como la dimensión de diversificación del mercado global en los análisis del mercado y aliarse a grandes empresas promueve un mejor desarrollo competitivo tanto a nivel local e internacional, desarrollando estrategias innovadoras de introducción a los negocios entre exportadores y las múltiples áreas en las se refleja los beneficios de este patrón en las exportaciones.

Teniendo como primera variable a la cadena de distribución física internacional, se posee teorías que explican no solo el nacimiento de este término sino también la manera en que otras teorías influenciaron e influyen hoy en día.

El crecimiento y desarrollo de la Distribución Física Internacional, data desde el siglo XX, con el inicio de la modernización, en el cual se formaron las principales industrias, donde destacaron las del sector textil, hidroeléctrico, cervecero y cementero; con ello se impulsó el nivel económico de los países, los cuales se vieron en la obligación de modernizar sus puertos con el objetivo de responder a las necesidades del mercado nacional e internacional. Es por ello, que tanto la logística internacional como la cadena distribución física internacional son escogidas como objetos de estudios por todo aquel que tiene como proyecto investigativo el facilitar las relaciones comerciales al interior (importaciones) y el exterior del país (exportaciones). (Guisao y Zuluaga, 2011)

La cadena de distribución física internacional viene a ser un proceso en el cual se toma en cuenta distintos parámetros que deben pasar los productos para que lleguen hacia su consumidor final que se encuentra en el exterior; también se puede considerar que es un proceso logístico, ya que abarca todos los procedimientos necesarios para transportar la mercancía y situarla en un lugar determinado, pero que va a depender de lo que fue

especificado en el momento de la negociación, tanto por parte del comprador como la del vendedor, teniendo como principal finalidad, la reducción de costos, tiempos y manteniendo una calidad excepcional respecto al óptimo estado de la mercancía transportada. (Barbá citado por Gaviria, Ramos y Castelblanco, 2018)

En consideración, esta cadena es importante debido a la serie de procedimientos que debe pasar una mercancía para llegar su comprador externo; cabe resaltar que se creó este proceso con el fin de agilizar las etapas que lo componen y optimizar las acciones involucradas.

En el escenario del comercio internacional, esta cadena asume un papel importante dentro de las empresas que tienen como objetivo el expandir su negocio, puesto que es un factor esencial que conlleva a un desempeño más eficaz y que aumenta la competitividad entre los involucrados; cabe resaltar que lo que busca este proceso es maximizar recursos, reducir costos y entregas en el tiempo exacto, teniendo en cuenta que la efectividad de este proceso contribuye en el desarrollo de un país. (Gaviria, Ramos y Castelblanco, 2018)

La apropiada ejecución de la distribución física internacional está especificado en el correcto manejo del flujo de materiales y flujo de información, puesto que el primero de ellos se basa en estudios previos relacionados a todas las actividades que involucra a la cadena y el segundo se enfoca más en la coherente planificación logística, donde se tiene en cuenta las necesidades y tendencias referente a la demanda en el contexto internacional. (Guisao y Zuluaga, 2011)

La falta de conocimiento de esta cadena, puede significar errores y afectar la efectividad en la transacción internacional, debido a que esta depende de la optimización de costos y tiempo de todas las operaciones involucradas y también, de la ejecución secuencial en cuanto a los servicios que se efectúan. (Miranda, 2005)

Es por ello que la correcta ejecución de toda esta cadena no solo garantizará rentabilidades para las empresas que lo apliquen, sino que podrá mantener la fidelización del cliente que adquiera algún producto en específico, así como también, que contribuirá a una mayor posición en el ámbito competitivo.

Como parte de una teoría influyente en la cadena de distribución física internacional se tiene al famoso término “just in time” ya que en él se explica un sistema de entrega en el momento preciso, por lo que es un proceso destacado en la cadena.

El just in time remonta desde años atrás como parte de un sistema implementado por la marca Toyota; ellos buscaban la manera de simplificar procesos y reducir costos; ambos puntos importantes dentro de una empresa que comercializaba automóviles a nivel mundial donde su posicionamiento era destacado y reconocido; es por ello que se ven en la obligación e implementar este sistemas con la intención de satisfacer a todos sus tipos de clientes, no solo basados en las características de sus productos sino también la calidad en su servicio.

Es por ello que este procedimiento permitió conocer sus aspectos carentes en cuanto a la comercialización de su producto, ya que no tomaban tanta importancia en los tiempos en que llegaban a su consumidor final y mucho menos en cuan caro resultaba el posicionar este en otro país distinto.

La teoría del just in time lleva cierta relación con la cadena de distribución física internacional ya que ambas gestiones buscan la reducción de procesos pero con grandes beneficios. Este sistema permite a las empresas optimizar recursos, tiempo y reducir costos; los cuales son puntos específicos para la comercialización de una organización con otras, ya sea a nivel nacional como internacional (Pérez, 2014).

Como parte de esta cadena, la designación de un tipo de carga en específico, contribuye a la hora de su traslado por algún medio de transporte, ya que esta dependerá de las características que lo posean; ante ello, se puede definir a la carga como el agrupamiento de mercancías o bienes que se encuentran embalados, facilitando su manipulación al momento de colocarlos en el transporte para su tránsito. (Huapaya, 2011)

Asimismo, la carga es considerada a todo producto juntado con la intención de ser transportado de un lugar a otro, teniendo en cuenta el embalaje apropiado y considerando como objetivo principal su rápida movilización. (Reyes, 2014)

Para una correcta ejecución en la distribución física internacional, se debe detallar el tipo de carga que será transportada al mercado internacional, por ende su clasificación es de la siguiente manera:

Este tipo de carga abarca a todo producto no perecible o que no necesitan un trato especial al momento de ser transportados; asimismo se hace referencia que son trasladadas en conjunto de pequeñas cantidades o unitarizadas, pero que poseen como característica singular la fácil manipulación por número de bultos o unidades. (Muñoz, 2014)

La presentación de este tipo, no solo están basados en cantidades ligeras, sino que varían de acuerdo a unidades de medidas, tales como: peso, tamaño, condición, naturaleza, etc.

Posterior a ello, se pueden considerar como sub divisiones o preparación de este tipo de carga, a:

**Carga suelta (no unitarizada):** son considerados a los productos que van de manera liberada o individualmente y que sobre todo, son embarcados en unidades separadas para un mejor y correcto reconocimiento.

**Carga unitarizada:** considerado a las cargas que son agrupadas para ser tomadas como una sola unidad y sea más fácil su manipuleo.

Son consideradas a las cargas que poseen un tratamiento un tanto distinto a las demás, debido que no se requiere el uso de embalaje por sus grandes dimensiones. (Choque, 2018); para transportar este tipo de carga, se debe tener mayor énfasis en sus características, y ante ello se especifican lo siguiente:

**Carga Perecedera:** hace referencia al tipo de producto que transigiere cambios en sus distintas características (químicas, físicas ya microbiológicas) mediante su exposición a las variantes climatológicas no previstos.

**Carga Frágil:** definida como la carga en la cual aplican métodos distintos con el fin de cuidar el producto a ser transportado de un lugar a otro. Poseen un embalaje de protección adecuado ante cualquier inconveniente dentro del proceso.

**Carga Peligrosa:** considerado a las sustancias químicas o mezclan que causan malos impactos en las personas, productos o modos de transporte.

**Carga Extradimensionada:** hace referencia a las cargas con dimensionadas máximas y pesadas.

Este tipo de carga, al no ser agrupada como lo antes mencionado, es decir ya sea unitarizado o no, poseen distintas presentaciones, en las cuales son transportadas a su lugar de destino, tales como: sólido, líquido, seco, etc.

Los cuales, posteriormente, son puestos en: tanques o silos, bandas o ductos.

Al hablar de la preparación de la mercancía en comercio internacional, se hace referencia a todo el proceso por el cual pasa un producto para ser acondicionado con los mejores implementos que no solo conserven su calidad sino también su presentación en físico.

Asimismo, este acondicionamiento está basado en 2 aspectos primordiales, que son: el envase / empaque y el embalaje.

Esos dos conceptos son considerados al momento de trasladar un producto de un país a otro. (Marco, 2015)

A lo largo de los años, tanto los envases como los embalajes han ido cambiando debido a las exigencias que se presentan en los mercados internacionales; la forma de protección que estos brindan han tomado relevancia en las últimas décadas puesto que han presentado numerosos beneficios tanto para el comprador como para el vendedor. (Cevallos y Álvarez, 2016)

Los envases y embalajes contribuyen en las acciones de comercialización y distribución, ya que un envase es el encargado de contener un producto preservando su calidad y sus características esenciales, y por otro lado, el embalaje hace referencia al material que lo cubre y que le brinda seguridad al momento de su traslado.

Las medidas de los envases y embalajes van de acuerdo a las características y tipos del producto; ya que con ello se puede tener en consideración ciertos puntos que deben ser cubiertos para que simplifiquen las acciones de manipulación y posean protección en todo el proceso logístico de distribución.

En cuanto a las funciones principales del envase en el comercio internacional, Lozano citado por Cevallos y Alvares, 2016, acota la existencia de 3 niveles de acuerdo a las características, es decir que fueron separados para un mejor resguardo en cuanto a la protección y conservación del producto seleccionado; estos niveles son:

**Nivel de protección primario:** Esto está relacionado a materiales que protegen directamente al producto, por ejemplo: las envolturas de plástico o papel y botellas.

**Nivel de protección secundario:** En este nivel complementa al envase de forma externa; relacionando varios productos con los envases primarios.

**Nivel de protección terciario:** En este nivel podría ser considerado como el envase final ya que se aseguran las unidades de empaque secundarios, tales como: cartones o cajas de madera, etc.

Cuando se especifica las funciones principales del embalaje, se acota que existen solo 3 acciones que cumple el embalaje en el comercio internacional, estos son: 1) protege el envase; puesto que es representado como una cubierta de envuelve al producto, 2) promoción en el canal de distribución; ya que un adecuado embalaje permitirá acciones rápidas dentro del canal correspondiente y 3) transportación desde el punto de fabricación hasta los puntos de venta o consumo; esto debido que forma parte importante dentro del tránsito internacional.

Respecto a los materiales y presentaciones que poseen tanto los envases como los embalajes, estos son seleccionados dependiendo del tipo de producto vendido; es decir que su uso contribuye a la calidad, satisfacción del cliente y manejo adecuado al momento de ser transportados; es por ello que se especifican los distintos materiales de los cuales se elaboran: cartón, fibras textiles, papel, madera, metal, y plástico.

Cabe resaltar que la adecuada selección en cuanto al envase y al embalaje, permitirá que las demás acciones dentro de la cadena se ejecuten de forma más rápida y también precisa; ya que una incorrecta preparación solo afectaría de manera evidente en los estándares de calidad del servicio al cliente lo cual traería como consecuencia la decadencia de la rentabilidad de una empresa, ya que se tendría que optar por operaciones o gestiones extras que son representadas como pérdida de tiempo y dinero.

Cuando ya se tiene todo los procesos ordenados y ejecutados, se pasa a hacer la selección del medio de transporte; de este dependerá la ubicación del producto en cuestión en el mercado objetivo y seleccionado. Estos medios de transporte son los indicados para el tránsito internacional. Son la parte fundamental dentro de la cadena, puesto que, son los encargados de llevar la mercancía hasta el consumidor final en el país destino.

Cabe resaltar que existen 4 tipos de medios de transporte, los cuales son: marítimo, aéreo, terrestre y multimodal.

El presente proyecto se enfocara en los dos primeros modos de transporte, ya que son los que comúnmente se utilizan dentro del comercio internacional y son tomados en cuenta como forma de envío al exterior. Asimismo, se resalta su relevancia, ya que son la acción

más importante dentro de la cadena, eso debido a que transportan cualquier tipo de mercancía y sus distintos volúmenes.

El transporte marítimo, es aquel medio que posee una ruta por vías acuáticas y que permite desplazar grandes dimensiones en cuanto a mercancías se refiere. Su capacidad es más amplia que cualquier otro medio, siendo considerado como el transporte principal dentro de las cadenas logísticas a nivel mundial.

Haciendo hincapié, el transporte marítimo es el que posee mayor afluencia cuando se ejecutan acciones comerciales internacionales (exportación e importación) ya que están representados por el 80% aprox. de todas las cargas tanto salientes como ingresantes dentro del territorio peruano.

Cabe resaltar que el documento utilizado es conocido como “CONOCIMIENTO DE EMBARQUE O BILL OF LADING – B/L”; siendo el modo de transporte un buque o nave.

En cuanto a las ventajas y desventajas del transporte marítimo va de la siguiente manera:

<b>VENTAJAS</b>	<b>DESVENTAJAS</b>
Tarifas económicas.	Velocidad: Lenta.
Transporte de mayores volúmenes.	Seguros y embalajes más costosos.
Variedad de buques.	Costos extras (portuarios).
Ningún tipo de restricción.	Riesgo de pérdidas, robos, etc.
Salidas constantes	Poca fiabilidad.

Fuente: Elaboración propia.

A diferencia del marítimo, el transporte aéreo sirve para el traslado de cantidades o volúmenes mínimos de carga (pequeños), pero que tienen como ventaja el ser más rápido al momento de entregar una mercancía en el lugar de destino. Al ser considerado un modo de transporte poco usado por su alto costo, también es el más pedido cuando se requieren órdenes de urgencia.

Es por ello que el transporte aéreo representa sus ventajas y desventajas, las cuales se explican a continuación:

<b>VENTAJAS</b>	<b>DESVENTAJAS</b>
Rapidez	Costoso
Fiabilidad	Capacidad limitada
Seguridad	Restricción de ciertos productos
Costos de seguros menores	Pocas unidades

Fuente: Elaboración propia.

El documento utilizado para transportar cualquier tipo de mercancías en este modo de transporte es la Guía Área, es decir el Air Way Bill (AWB), donde el modo de transporte viene a ser un avión.

Teniendo como segunda variable a la exportación de textiles, este proceso posee teorías relacionadas a la manera en que el comercio internacional influyó en su aparición a través de los años; cabe resaltar que la exportación viene a ser una acción comercial a nivel internacional y que apareció a medida que la globalización avanzaba.

La teoría del fair trade posee sus inicios en Europa a través de la 1era Conferencia de la UNCTAD (Comercio y Desarrollo de las Naciones Unidas) que fueron realizadas en Ginebra en 1964, este movimiento se llevó a cabo con el fin de reducir las brechas económicas en los sectores agrícolas y comerciales de los países desarrollados con los de menor rango y crecimiento a niveles internacionales, por lo que potenciaba la conexión de lazos políticos sociales y económicos y establecer pautas que generen mayores beneficios para los diversos territorios que estos poseen. Los países en vías de desarrollo solicitaban generar mayores ingresos a través de las actividades económicas que estos realizaban, por lo tanto, ellos exigían que se les considere los tratos multilaterales con el fin de reducir costos, maximizar ganancias y aumentar su productividad.

Es por ello que el comercio justo tiene como objetivo principal promover las cualidades de los países responsables de dichos acuerdos, reduciendo a los miembros, vinculadores e intermediarios para optimizar su rentabilidad. Las empresas que lo conforman son establecidas por cooperativas, comunidades reconocidas o un grupo de personas que comparten un mismo objetivo para su desarrollo económico. (Marcillo, s.f.)

A través de un método utilizado por el sistema de Fair trade International se consolidan las acciones para mantener el empoderamiento de los productos y trabajadores rurales que



existen en cada país, promoviendo el estilo de sus vidas, además de facilitar la medición de indicadores que permiten evaluar las características de los grupos sociales, metas en común y brindarle un seguimiento adecuado para convocar a indispensables gestiones estratégicas (Coscione, M. 2019)

Según previos estudios, las teorías del comercio internacional son las siguientes:

**Ventaja Comparativa:** La ventaja comparativa menciona que las empresas pertenecientes a cada país establezcan lineamientos que los dirija a producir y comercializar los productos y servicios en los que son buenos para que de tal forma se conviertan en mucho más productivos y competitivos. Por tal motivo, la ventaja comparativa busca utilizar las habilidades y características de cada uno de entidad para generar el máximo provecho. (Flores, J., 2015)

Además, se afirma que las habilidades que tenga cada país para realizar sus procesos productivos requieren del trabajo en conjunto con las autoridades legales y políticas de cada país, potenciando así su desarrollo con lo que cada uno de estos lugares posee. (Riquelme, M., 2018)

**Ventaja Absoluta:** En este proceso se puede evidenciar que el intercambio comercial se realiza de forma directa y concreta con el fin de establecer un vínculo en el cual favorezca a ambas partes; y así maximizar las ganancias de las empresas en las que laboran teniendo un mejor posicionamiento en el mercado internacional. (Galindo y Viridiana, 2015)

Haciendo una referencia más puntual en la variable principal, se puede entender que este proceso ha ido evolucionando en los años y que ha motivado a que las empresas opten por mercados extranjeros para su expansión.

Durante los últimos años, el Perú ha incrementado sus relaciones comerciales que tiene con varios países alrededor del mundo con el cual potencia también su comercio exterior

Según el presidente del Comité de Confecciones de la Asociación de Exportadores (ADEX) menciona que después de una temporada en declive respecto a las exportaciones de textiles, las empresas peruanas pueden observar que todo irá mejorando ya que la competencia a nivel internacional es de alta gama, por ello se recomienda laborar en las mejoras respectivas para generar mayor impacto en el sector industrial con tecnología de vanguardia y conocimientos técnicos acerca de la industria. (Diario Gestión, 2018)

Por ello, se debe tomar en cuenta que las exportaciones son más diversificadas en países de América del Sur como es el caso de Perú, un país mega diverso con muchos productos por ofrecer, entre ellos las diferentes clases de textiles peruanos.

Además, Martín Reaño, gerente del Comité Textil de la Sociedad Nacional de Industria (SIN) afirma que las exportaciones en esta industria se mantendrán en constante crecimiento con más de 15% debido a la demanda internacional y a las técnicas que los productores peruanos vienen utilizando en los últimos años, presentando un valor agregado a sus productos para que de tal forma se vuelven más atractivos a los consumidores en el extranjero (Gestión, 2019)

Para un análisis más detallado de la variable en cuestión, se determinaron dimensiones que contribuyan a la explicación más exacta de lo que este proceso compete.

La participación de mercado marca la contribución de una empresa que ha obtenido en el transcurso del tiempo dentro de una industria o agrupación de empresas. Además, esta se refiere a las ventas realizadas en relación con el mercado o sector en el que esta comercializa sus productos y/o servicios. (Corvo, 2017)

Asimismo, este término es aplicado en el ámbito de los negocios específicamente en el área de marketing y ventas ya que simboliza a los productos y servicios que la empresa distribuye dentro de una plaza en particular contribuyendo así para obtener una mayor rentabilidad esperada. (Da Silva, 2018)

Respecto a la información anterior se puede extraer que la participación de mercado es el porcentaje que una empresa o industria posee en determinado territorio, ya sea nacional o a nivel internacional el cual le permite alcanzar una mayor cantidad de posibles consumidores con quienes se puede comercializar los productos o servicios que una empresa o un conjunto de ellas puede vender.

Para una adecuada ejecución en el proceso de participación de mercado, se debe especificar los siguientes indicadores para conocer las características del sector, por ende su clasificación es de la siguiente manera:

Existen diversos niveles para poder categorizar a los mercados en los que se distribuyen los productos y servicios de las empresas. Para ello, De la Rosa, 2017 explica que estos rangos pueden ser:

**Marketing de Segmentos:** Determinado por los consumidores que comparten una misma característica, el cual puede ser mucho más beneficioso para las empresas cuyos objetivos son satisfacer las necesidades de un grupo de clientes cuyos normalmente tienen un factor común.

**Marketing de Nichos:** Considerado al conjunto de consumidores que normalmente buscan un objetivo en común en el cual varios clientes se sienten identificados puesto que tienen necesidades parecidas, por lo tanto, en este grupo es casi imposible que los clientes consumidores de este sector se sientan atraídos de comprar productos o servicios a empresas con las que no están familiarizadas.

**Marketing personalizado:** Llamado también “Marketing de uno a uno” porque refleja la composición de la búsqueda del cliente por encontrar un producto o servicio que se encuentre a la medida de lo que él necesita. Sobre todo, en esta era tecnológica, las páginas virtuales han propiciado que los clientes obtengan el producto que desean con mucho más facilidad y hasta la puerta de su casa.

Hoy en día, el aumento de la tecnología y el mundo globalizado ha provocado que los niveles de consumo de la industria textil hayan ido en aumento, aproximadamente 91 millones de toneladas y la tasa de crecimiento del 3% anual. Tal suceso es dado por la alta tendencia del aumento de la población y cada uno de ellos con el consumo textil per cápita. (Carrera, E. s.f.)

Además, se identifica que en 1950, la población mundial era de unos 2500 millones de personas y el consumo textil en este sector era de 3.7 de kg por habitante y año. Dicho indicador se habría multiplicado por 3 veces, alcanzando niveles de 7400 millones de personas y el consumo textil per cápita llegó a niveles de 13.1 kg por habitante y año.

La balanza comercial engloba los registros económicos que posee un país respecto a las exportaciones e importaciones que realiza en cada trámite de comercio internacional. Por ello, se calcula en base a los ingresos menos los pagos del comercio de mercancías de un país.

Además de ello, la balanza comercial ha logrado un superávit de 374 millones de dólares para enero del 2019, figurando un valor positivo dentro del último año de 6,740 millones de dólares al cierre del primer mes de este año según el Banco Central de Reserva (Diario El Peruano, 2019)

Sin embargo, en lo que respecta a las exportaciones fueron de \$.3, 835 millones, menores en 6.2% a las de enero de 2018, el cual simboliza un cierto porcentaje que se ha descendido en la balanza comercial del Perú. Adicional a esos indicadores, se encuentran las importaciones que fueron de \$. 3, 461 millones en el mes, el cual significa 1.6% más que enero de 2018 (BCRP, 2019)

Para una adecuada ejecución en el proceso de medir la balanza comercial, se debe especificar los siguientes indicadores para conocer los niveles de inflación y deuda externa, los cuales son de vital importancia para conocer a detalle el entorno económico, por ende su clasificación es de la siguiente manera:

La inflación se genera del alza general de precios de los bienes y servicios en un plazo de tiempo determinado en la industria donde se comercializa dichos bienes. Este proceso es un factor negativo hacia la economía de un país porque no ayuda a generar una estabilidad de mercado y los recursos no se pueden asignar de forma adecuada. Por ello, este fenómeno se conoce de tal forma. (Sevilla, 2016)

Los niveles de inflación que existen debido al porcentaje de aumento son los siguientes:  
**Deflación:** Referido en la disminución de precios de los bienes y servicios, es decir, es una inflación negativa.

**Inflación moderada:** Simboliza la elevación lenta de los precios, los precios de los bienes y servicios se controlan de forma regular, con ligeros aumentos que no llegan a más del 10% anual.

**Inflación galopante:** Engloba al proceso de aumento de precios de bienes y servicios que pueden llegar a triplicar su precio dentro de un año, el cual genera una gran pérdida al país en su poder adquisitivo.

**Hiperinflación:** Es referido a la elevación de precios de más de 1000% anual. Generan grandes problemas económicos en el país, el dinero con el que se comercializa los productos y servicios en el mercado dejan su valor monetario y se vuelven en nada.

Según el Banco Mundial, la gestión adecuada para erradicar la deuda externa de un país es primordial para las mejoras y el desarrollo competitivo y económico de una nación. De tal forma, el Banco Mundial colabora de forma activa para asegurar que la deuda de los países que se encuentran en desarrollo no genere mayor impacto negativo en ellos, como la

condición de pobreza y que el Estado pueda brindar el apoyo a sus ciudadanos. Por ello, es necesario generar mayor conocimiento para los mismos jefes de cada empresa en el estado en el que se encuentre para generar una mayor rentabilidad, restableciendo así la estabilidad del mercado.

La demanda externa es la cantidad de productos y servicios que un determinado país produce y que requeridos o demandados en el mercado internacional para su comercialización y distribución. Este factor ayuda a promover el crecimiento de la economía en el país por lo que sugiere que a mayor cantidad de demanda, se eleva la tasa de superávit en la balanza comercial con la elevación del nivel de exportaciones. (Roldán, 2018)

Sin embargo, en agosto del 2018, la producción manufacturera disminuyó en 1.46% que fue provocado por la reducción del subsector fabril primario. Más allá de eso, se pudo conseguir un crecimiento en general sobre la economía peruana en 2.28% para mediados de setiembre. (Diario Gestión, 2017)

Para una adecuada ejecución de la demanda externa, se debe especificar los siguientes indicadores para conocer los niveles de PBI y de crecimiento, los cuales son primordiales para conocer a detalle el entorno económico, por ende su clasificación es de la siguiente manera:

Según el Estado peruano, en base a las estadísticas se presenta una aceleración del crecimiento económico que se afilia a la consolidación de la inversión privada como uno de los principales factores para el avance de la economía, el cuál aumentará en 7.6% en el 2019. Añadido a esto se fomenta el fortalecimiento de la demanda interna y mayores medidas de política económica que se enfocan en concentrar una mejor competitividad de alto nivel para el país y acompañado de la adecuada gestión pública de los nuevos gobiernos. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2019)

La forma rápida de cómo evalúan los resultados, el nivel de crecimiento económico y la reducción de pobreza en el Perú se presenta de forma positiva. Por lo que sugiere que gracias a un mayor auge, los niveles socioeconómicos se estrechan más y las barreras sociales también. Se desprende que cada punto de crecimiento está directamente relacionado con la reducción de pobreza en 0.30 puntos. (El Comercio, 2019)

Por el Instituto Peruano de Economía, junto con el INEI, la pobreza monetaria 2018 en el Perú disminuyó en un 20.5%. Por lo tanto, durante casi 15 años, la pobreza se habría reducido a un tercio del total que se registró en el 2004, potenciando la apertura económica y la firma de contratos multilaterales que potencien el avance y mejora económica.

La presente investigación plantea el siguiente problema general: ¿De qué manera la cadena de distribución física internacional influye en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño?

Con lo antes mencionado, se determinan los siguientes problemas específicos: ¿De qué manera el tipo de carga en la cadena de distribución física internacional influye en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño? ¿De qué manera la preparación de la mercancía en la cadena de distribución física internacional influye en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño? ¿De qué manera el modo de transporte en la cadena de distribución física internacional influye en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño?

La presente investigación posee 3 tipos de justificación, expresados de la siguiente manera:

**Justificación teórica:** El proyecto busca aportar conocimientos respecto a los procesos que forman parte de la cadena de distribución física internacional, para que de esa forma contribuya e influya en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño; mediante el, podrá hacer frente a los distintos inconvenientes que pueden surgir dentro de esta cadena o también lograr optimizar recursos a través de técnicas que apunten a un mayor crecimiento en las empresas que ejecutan esta acción comercial.

**Justificación metodológica:** Con los datos y las teorías recolectadas, se busca cooperar en posteriores investigaciones que abarquen o tomen por referencia los temas presentados, debido a que el presente instrumento fue estudiado por personas idóneas y capacitadas.

**Justificación práctica:** Esta investigación tiene como importancia el orientar a las empresas que exportan textiles al mercado brasileño, que el adecuado manejo de la cadena de distribución física internacional contribuiría no solo a una expansión por parte de la empresa en cuestión, sino que también, reduciría ciertos parámetros importantes dentro de todo lo que abarca el proceso general de situar un producto en específico, a un lugar de destino ya fijado.

Considerando lo antes mencionado, se plantea la siguiente hipótesis general: La cadena de distribución física internacional influye significativamente en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño.

Asi como también, las siguientes hipótesis específicas: El tipo de carga en la cadena de distribución física internacional influye significativamente en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño. La preparación de la mercancía en la cadena de distribución física internacional influye significativamente en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño. El modo de transporte en la cadena de distribución física internacional influye significativamente en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño.

Considerando lo antes mencionado, se plantea el siguiente objetivo general: Determinar de qué manera la cadena de distribución física internacional influye en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño.

Asi como también, los siguientes objetivos específicos: Determinar de qué manera el tipo de carga en la cadena de distribución física internacional influye en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño. Determinar de qué manera la preparación de la mercancía en la cadena de distribución física internacional influye en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño. Determinar de qué manera el modo de transporte en la cadena de distribución física internacional influye en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño.

## **II. MÉTODO**

### **2.1. Diseño de Investigación**

El tipo de investigación es correlacional, debido que se busca evaluar la relación entre las variables del fenómeno que se está estudiando. Ante eso, este formato explica los vínculos de uno o más niveles, definiciones o ítems en un lapso de tiempo. Dirigido a la resolución de que un suceso provoca la reacción del otro elemento, complementándose entre sí. Es decir, que mediante este tipo de investigación se logrará medir el grado de relación entre ambas variables, respecto a características o conceptos de un fenómeno utilizando cálculos estadísticos que faciliten el proceso de investigación junto a la recolección de datos (Hernández, 2014)

Además, la investigación presenta un enfoque cuantitativo, teniendo en cuenta que los análisis, en respecto a las variables, serán a base de cantidades involucrado por un proceso de estudio numérico. Dado que este método emplea la recopilación de información para responder a las interrogantes de la investigación, detallando hipótesis previas y guiadas a través del método científico como datos estadísticos para determinar rasgos de un determinado grupo de personas (Gómez, 2006)

Consecuentemente, este enfoque está orientado en los números como referencia para analizar, investigar y comprobar la información y los datos medibles respecto a la cantidad de individuos que fueron seleccionados y sometidos como parte de la estadística teniendo en cuenta ciertos patrones respecto al tema que se está investigando y que posteriormente se va a probar.

El diseño de la presente investigación es descriptivo – no experimental, ya que se requiere describir las características de un fenómeno propuesto a estudiar y no experimental porque no se manipularan las variables, en el cual se proyecta detallar las cualidades más resaltantes de cualquier conjunto de masa al que se esté estudiando, por lo cual define forma específica la información necesaria teniendo en cuenta los objetivos particulares (Hernández, 2014)

Además, cuando se trata de una investigación no experimental, las personas a cargo de este proceso no emplean control sobre cada una de las variables. Es decir, que está basada en un proceso de observación de fenómenos tal y como suceden en su ámbito natural pero que posteriormente serán usados para someterlos a análisis (Toro y Parra, 2006)



## 2.2. Variables y operacionalización

Respecto a la terminología variable, se puede determinar como una calidad que puede cambiar y cuyos cambios pueden ser medidos y observados para una determinada investigación. Es decir, que son características cambiantes que pueden ser medidos probabilísticamente durante el proceso investigativo, además que, sintetizan conceptualmente lo que se quiere conocer acerca del objeto de investigación (Hernández, 2014)

Haciendo referencia a la operacionalización de las variables de estudio, se precisa que las variables son manipulables, en el cual, las personas a cargo de dicho estudio pueden analizar para conseguir un resultado esperado, es decir que se le puede determinar al método o proceso por el cual las variables son convertidas a un concepto más específico, concreto y centrado (Ávila, 2006)

Por tal razón, la presente investigación posee la siguiente estructura de operacionalización de las dos variables en estudio:

Tabla 1

*Operacionalización de la variable*

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES
CADENA DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL	Proceso logístico que permite transportar la mercancía y dejarla en un lugar acordado,	Tipo de carga	Volumen de Carga General
	dependiendo el término de negociación utilizado entre el exportador e importador, y su finalidad	Preparación de la mercancía	Volumen de Carga Granel
		Modo de transporte	Medidas de Empaque / Envase
			Medidas de Embalaje
			Niveles de afluencia aérea
			Niveles de afluencia marítima

	<p>primordial es reducir al máximo los costos y tiempo, con una calidad excepcional, desde el punto de origen hasta el punto de destino, velando siempre por que la mercancía a transportar este en su optimo estado (Barbá (citado por Gaviria, Ramos y Castelblanco, 2018, p. 5)</p>				
EXPORTACIÓN	<p>Galindo y Viridiana lo describen como Es la venta, trueque o donación de bienes y servicios de los residentes de un país a no residentes, es una transferencia de propiedad entre habitantes de diferentes países. El vendedor es llamado “exportador” y el comprador</p>	<p>Participación de mercado</p> <p>Balanza Comercial</p> <p>Demanda Externa</p>	<p>de</p> <p>de</p> <p>de</p> <p>de</p> <p>de</p> <p>de</p> <p>de</p>	<p>Niveles de Segmentación de Mercado</p> <p>Niveles de Consumo</p> <p>Niveles de inflación</p> <p>Niveles de deuda externa</p> <p>Niveles de Producto Bruto Interno (PBI)</p> <p>Nivel de crecimiento</p>	

Fuente: Elaboración propia.

### **2.3. Población y muestra**

El precisar el tamaño de la población es de carácter esencial ya que son los objetos principales en una investigación, estos poseen determinados rasgos, cualidades y características que formarán parte de la muestra y deben cumplir con criterios distintos pero a su vez que tengan relación entre sí; es decir que la población viene a ser el conjunto de individuos u objetos que poseen características similares las cuales serán estudiadas en un espacio y tiempo determinado, teniendo como finalidad establecer los correctos parámetros muestrales que contribuyan en el análisis de la investigación (Arias, Villasís y Miranda, 2016)

Si bien la población abarca al conjunto de forma general, existe un instrumento que coopera en la delimitación para que el estudio sea efectuado con mayor precisión, es por ello que la muestra viene a ser la pieza de un grupo en el que se desarrollará la investigación, es decir que son la parte representativa de la cual se recolectaran datos y evaluarán las características con el objetivo de cumplir el propósito central del presente estudio investigativo (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

Teniendo en cuenta lo antes especificados, se pasó a determinar de la siguiente manera el tamaño tanto de la población como el de la muestra; detallando así como población a las 27 empresas exportadores de textiles (prendas de vestir) al mercado brasileño.

Como parte de la recaudación de información para el análisis final sobre que empresas serán objeto de estudio, se llegó a la conclusión que una de ellas sería tomada en cuenta, con el objetivo de examinar las cualidades que este sector posee y distinguir del resto. Por ello se tomó como muestra una de todo el conjunto de ellas para realizar este informe, el cual representa a dichas empresas del rubro textil que comparten características similares.

La muestra es un grupo determinado de personas, elementos o animales que parten de un grupo específico, detallando rasgos similares con el fin de poder observar los factores y componentes por los que ellos están conformados y verificar su naturaleza (Deborah, 2015)

El texto anterior hace referencia a que el análisis de la muestra se lleva a cabo para estudiar específicamente al sector donde se desarrolla la investigación solo tomando un fragmento de este para su descomposición y así tener a detalle los datos relacionados en el entorno que se relaciona.

Por ende, la muestra representada por 41 colaboradores de 2 empresas exportadoras de textiles (prendas de vestir) al mercado brasileño.

## **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.4.1. Técnicas de recolección de datos**

Estas técnicas son usadas para la verificación y corroboración de los datos expresados con el fin de obtener una investigación acertada basada en las hipótesis y problemas planteados. Es por ello que la técnica utilizada es la encuesta, debido a que es un método que permite obtener respuestas a las incógnitas relacionadas a datos precisos; basados en estos procedimientos se puede llegar a una conclusión estadística de lo que se quiere comprobar mediante la problemática planteada a investigar (Gómez, 2012)

### **2.4.2. Instrumento: Cuestionario**

La herramienta o instrumento seleccionado para permitir que un investigador posea el resultado estadístico, es el cuestionario, que viene a ser una serie de preguntas orientadas al tema o variables que se están investigando, es decir que el cuestionario se caracteriza porque logra la fijación de ciertos aspectos que se resaltan en una investigación científica, permitiendo alejar problemas y precisando el objeto de estudio escogido; esta técnica consiste que a través de preguntas se permita ingresar información coherente para que así se pueda dar a conocer los criterios de una cantidad específica de sujetos que han sido seleccionados como parte de objetos de la investigación (Gómez, 2012).

Este instrumento se aplicará en los datos de métodos estadísticos y cuantitativos, teniendo como enfoque los aspectos determinados y particulares de la muestra.

Para una apropiada recolección de datos, es fundamental que las personas responsables de asignar la encuesta posean el mismo propósito y convicción, es decir que estén orientados bajo el mismo punto de vista, teniendo en cuenta el por qué se está desarrollando esta técnica; de esta forma se dará a conocer a los encuestados lo que se quiere exponer y recibir información confiable, efectivo y verídico sobre la variable y sus indicadores en cuestión.

### 2.4.3. Validez

Para determinar la solidez interna en conexión lógica, el instrumento fue sometido a juicio de expertos, con la finalidad de corroborar el planteamiento correcto de este instrumento; se solicitó el aporte de 3 magísteres, acreditados en el entendimiento de las variables y de la investigación en general. Cabe explicar que el instrumento fue evaluado teniendo en cuenta tres indicadores: Coherencia, pertinencia y claridad, para el correcto entendimiento, en la cual se presenta los valores de aplicable y no aplicable.

Tabla 2

*Validez de contenido del instrumento de las variables cadena de distribución física internacional y la exportación de textiles*

Grado académico	Nombre y Apellidos	Dictamen
Mg.	Cavero Egúsqiza Vargas, Loralinda Leonor	Aplicable
Mg.	Maldonado Cueva, Percy David	Aplicable
Mg.	Pasache Ramos, Máximo Fidel	Aplicable



Fuente: Elaboración propia.




### 2.4.4. Confiabilidad

Para que la realización del instrumento de recolección seleccionado sea confiable, este hace referencia a los grados de confiabilidad del instrumento seleccionado y que ha sido aplicado a un grupo determinado, produciendo resultados verídicos es por ello que para desarrollar un instrumento se debe tener en cuenta a las variables en estudio, así como también la consistencia interna.

Tabla 3

*Rangos de confiabilidad para enfoques cuantitativos*

Intervalos	Interpretación	Semáforo
De 01 a 20	Poca Confiabilidad	
De 21 a 40	Baja Confiabilidad	

De 41 a 60	Confiable	
De 61 a 80	Alta confiabilidad	
De 81 a 100	Excelente confiabilidad	

Fuente: Sánchez (2015)

## 2.5. Métodos de Análisis de datos

Con todos los datos recaudados y acumulados previo a haber puesto en práctica el instrumento seleccionado, se dará a conocer cuan cierta fueron las hipótesis planteadas en base a las variables en estudio referido y expresado en términos cuantitativos. Esto se visualizará a través de cuadros, gráficos de barras, etc.

La presente investigación medirá estadísticamente la recolección de datos a través del programa SPSS, con el fin de poseer la información más explicada sobre el problema planteado.

## 2.6. Aspectos éticos

Para la elaboración de este trabajo de investigación, se tuvo en cuenta datos confiables, los cuales han sido imprescindibles para el progreso y avance de la información, de esta manera se consideraron y respetaron las propiedades intelectuales de los distintos autores que figuran en las referencias inquiridas; a su vez, sirvieron de apoyo para la determinación de las citas, teniendo en cuenta el estilo APA.

Asimismo, este ítem será probado y reafirmado en el software TURNITIN, el cual permite evaluar el nivel de similitud del presente trabajo de investigación.

### III. RESULTADOS

Los resultados fueron obtenidos en base a la encuesta realizada a 41 colaboradores de las 2 empresas seleccionadas en nuestra muestra que aparecen dentro de la lista de empresas exportadoras de textiles al mercado brasileño. Al inicio, realizamos un análisis descriptivo y posterior a ella, efectuamos un análisis para hallar la correlación entre ambas variables.

#### ANÁLISIS DESCRIPTIVO

*¿La empresa maneja un volumen de carga general alto mensualmente?*

Tabla 4

*Tipo de Carga*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
CASI NUNCA	1	2,4	2,4	2,4
ALGUNAS VECES	23	56,1	56,1	58,5
CASI SIEMPRE	11	26,8	26,8	85,4
SIEMPRE	6	14,6	14,6	100,0
Total	41	100,0	100,0	

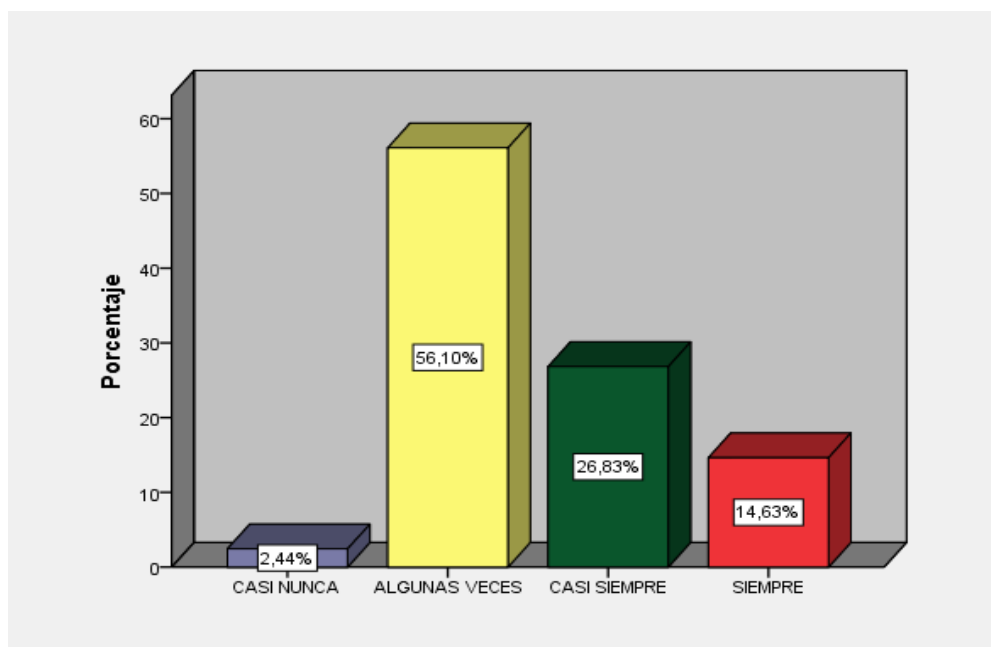


Figura 01. *¿La empresa maneja un volumen de carga general alto mensualmente?*

La tabla N° 4 y la figura 01, presentan los resultados obtenidos correspondientes a los colaboradores de las empresas encuestadas en las que, el 56.10% considera que algunas

veces durante el mes manejan un volumen de carga general, el 26.86% lo realiza casi siempre, el 14.63% lo ejecuta siempre y un 2.44% casi nunca.

*¿La empresa maneja un volumen de carga a granel alto mensualmente?*

Tabla 5

*Tipo de Carga*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	1	2,4	2,4	2,4
CASI NUNCA	3	7,3	7,3	9,8
ALGUNAS VECES	15	36,6	36,6	46,3
CASI SIEMPRE	18	43,9	43,9	90,2
SIEMPRE	4	9,8	9,8	100,0
Total	41	100,0	100,0	

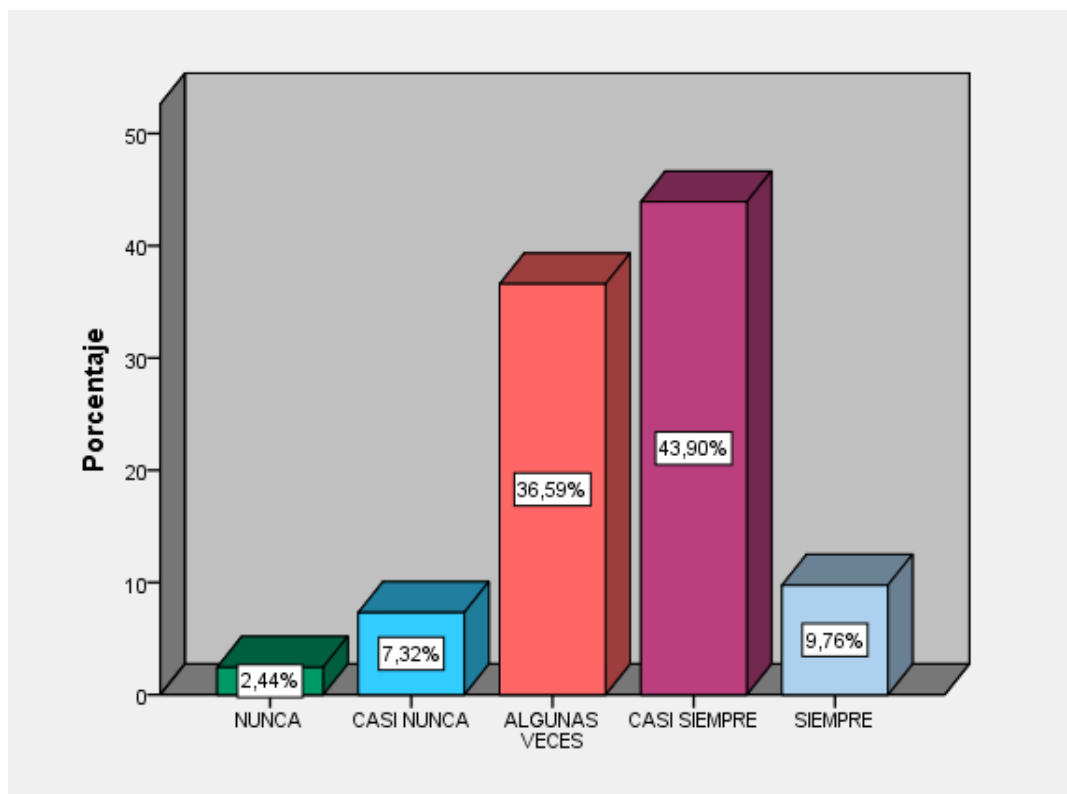


Figura 02. *¿La empresa maneja un volumen de carga a granel alto mensualmente?*

La tabla N° 5 y la figura 02, presentan los resultados obtenidos correspondientes a los colaboradores de las empresas encuestadas en las que, el 43.90% considera que casi



siempre manejan un volumen de carga a granel de forma mensual, el 36.59% piensa que algunas veces, el 9.76% siempre, el 7.32% casi nunca y el 2.44% estima que nunca lo hace.

*¿Considera usted que tanto el empaque como el envase son características importantes para el envío de mercancías al mercado brasileño?*

Tabla 6

*Preparación de la mercancía*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ALGUNAS VECES	15	36,6	36,6	36,6
CASI SIEMPRE	19	46,3	46,3	82,9
SIEMPRE	7	17,1	17,1	100,0
Total	41	100,0	100,0	

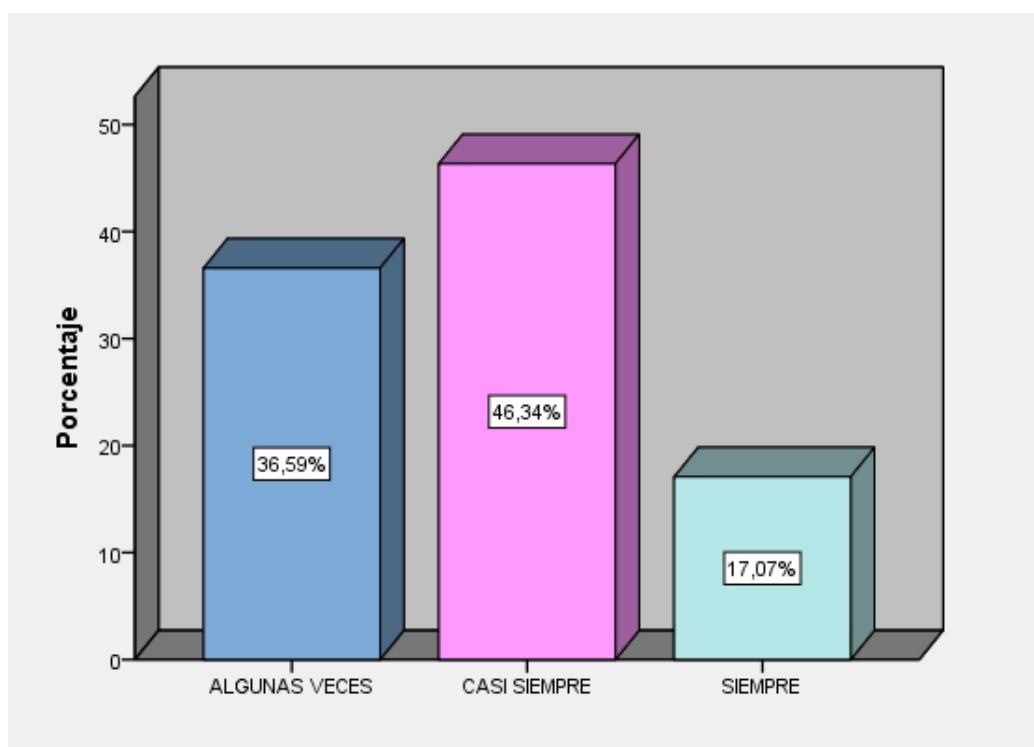


Figura 03. *¿Considera usted que tanto el empaque como el envase son características importantes para el envío de mercancías al mercado brasileño?*

La tabla N° 6 y la figura 03, presentan los resultados obtenidos correspondientes a los colaboradores de las empresas encuestadas en las que, el 46.34% considera que casi siempre tanto el empaque como el envase son cualidades muy importantes para el envío de mercancía, el 36.59% algunas veces y el 17.07% piensa siempre.

*¿Considera necesario que un adecuado embalaje contribuirá a reducir costos ante algún inconveniente dentro del tránsito internacional hasta llegar a su destino final?*

Tabla 7

*Preparación de la mercancía*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ALGUNAS VECES	12	29,3	29,3	29,3
CASI SIEMPRE	18	43,9	43,9	73,2
SIEMPRE	11	26,8	26,8	100,0
Total	41	100,0	100,0	

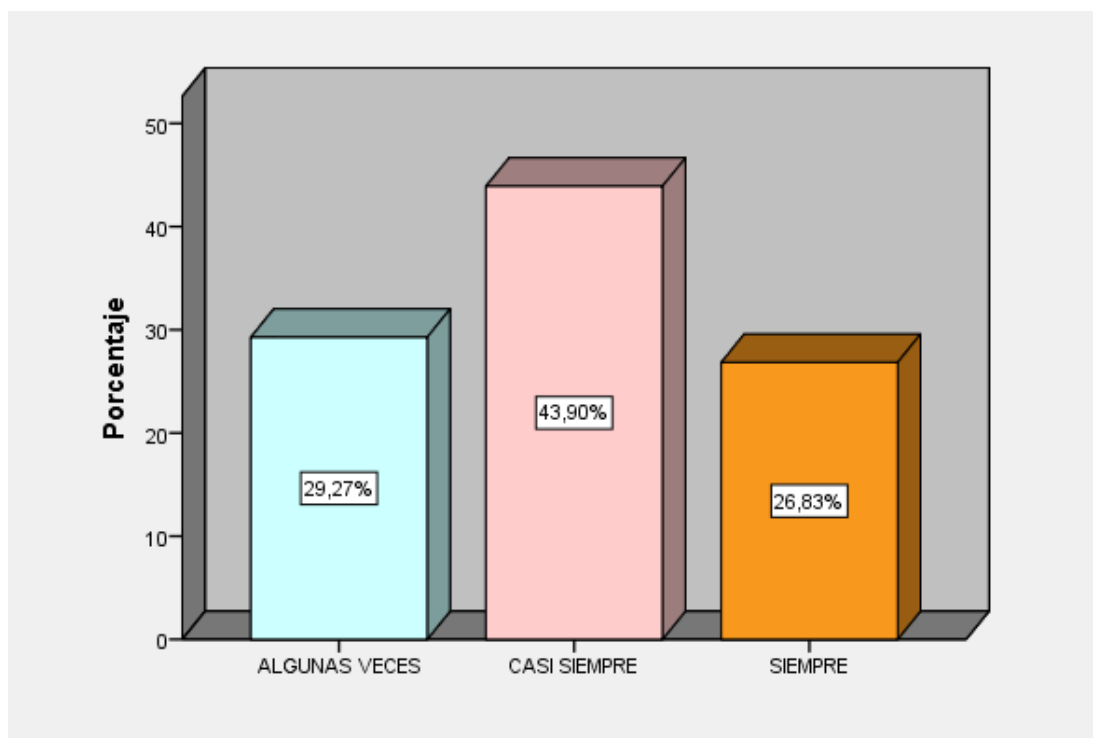


Figura 04. *¿Considera necesario que un adecuado embalaje contribuirá a reducir costos ante algún inconveniente dentro del tránsito internacional hasta llegar a su destino final?*

La tabla N° 7 y la figura 04, presentan los resultados obtenidos correspondientes a los colaboradores de las empresas encuestadas en las que, el 43.90% considera que casi siempre un adecuado embalaje contribuirá a reducir costos ante algún inconveniente en el transporte internacional, el 29.27% piensa que solo algunas veces, mientras que el 28.83% estima que siempre.

*¿Utiliza con frecuencia el modo de transporte aéreo para enviar sus mercancías al mercado brasileño?*

Tabla 8

*Modo de transporte*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
CASI NUNCA	3	7,3	7,3	7,3
ALGUNAS VECES	16	39,0	39,0	46,3
CASI SIEMPRE	13	31,7	31,7	78,0
SIEMPRE	9	22,0	22,0	100,0
Total	41	100,0	100,0	

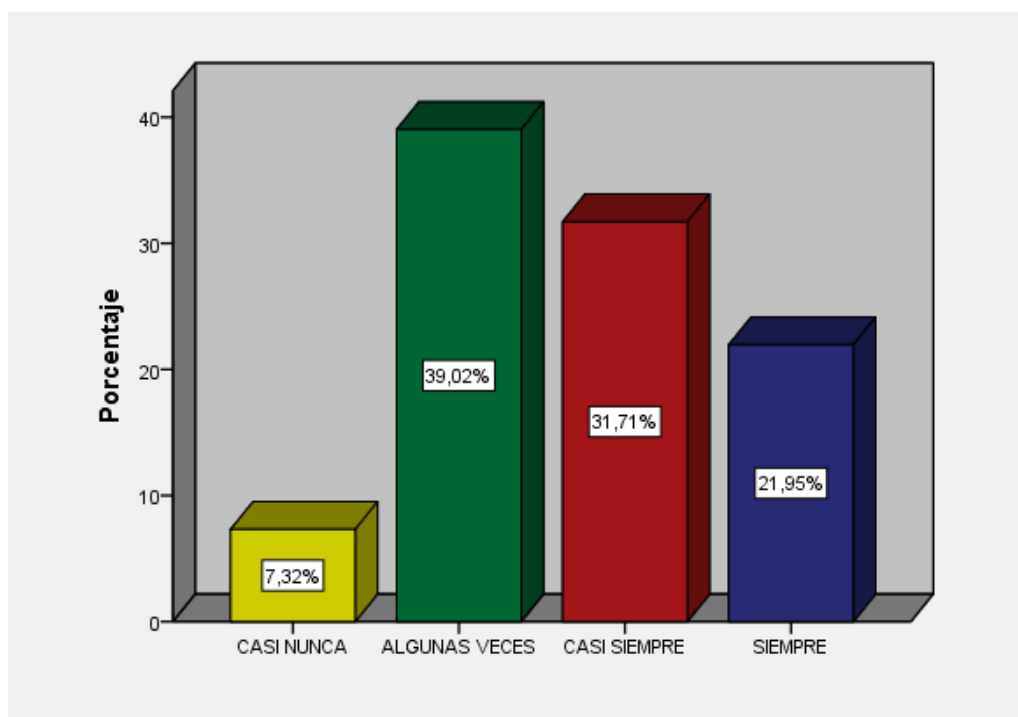


Figura 05. *¿Utiliza con frecuencia el modo de transporte aéreo para enviar sus mercancías al mercado brasileño?*

La tabla N° 8 y la figura 05, presentan los resultados obtenidos correspondientes a los colaboradores de las empresas encuestadas en las que, el 39.02% utilizan algunas veces el modo de transporte aéreo, el 31.71% lo utiliza casi siempre, el 21.95% siempre y el 7.32% lo realiza casi nunca.

*¿Utiliza con frecuencia el modo de transporte marítimo para enviar sus mercancías al mercado brasileño?*

Tabla 9

*Modo de transporte*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
CASI NUNCA	1	2,4	2,4	2,4
ALGUNAS VECES	11	26,8	26,8	29,3
CASI SIEMPRE	17	41,5	41,5	70,7
SIEMPRE	12	29,3	29,3	100,0
Total	41	100,0	100,0	

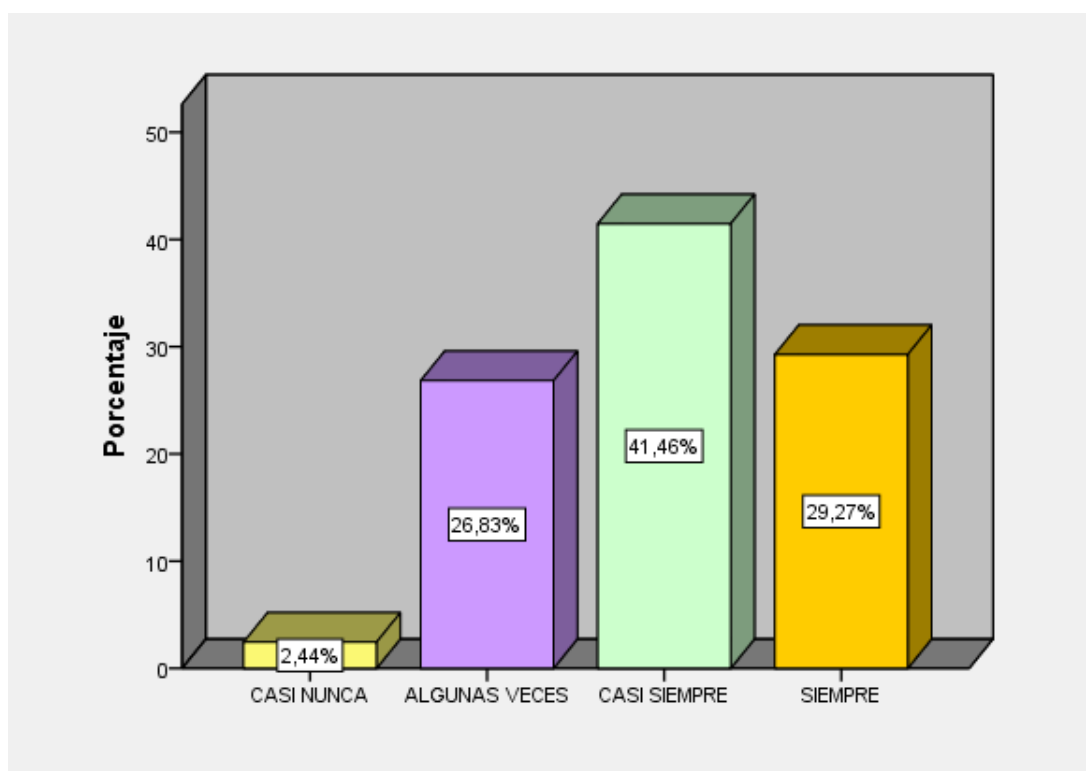


Figura 06. *¿Utiliza con frecuencia el modo de transporte marítimo para enviar sus mercancías al mercado brasileño?*

La tabla N° 9 y la figura 06, presentan los resultados obtenidos correspondientes a los colaboradores de las empresas encuestadas en las que, el 41.46% utilizan casi siempre el modo de transporte marítimo para enviar mercancías, el 29.27% lo realiza siempre, el 26.83% lo hace algunas veces y el 2.44% nunca.

*¿Influye el nivel de segmentación de mercado en la satisfacción del cliente extranjero?*

Tabla 10

*Participación de mercado*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
CASI NUNCA	1	2,4	2,4	2,4
ALGUNAS VECES	12	29,3	29,3	31,7
CASI SIEMPRE	17	41,5	41,5	73,2
SIEMPRE	11	26,8	26,8	100,0
Total	41	100,0	100,0	

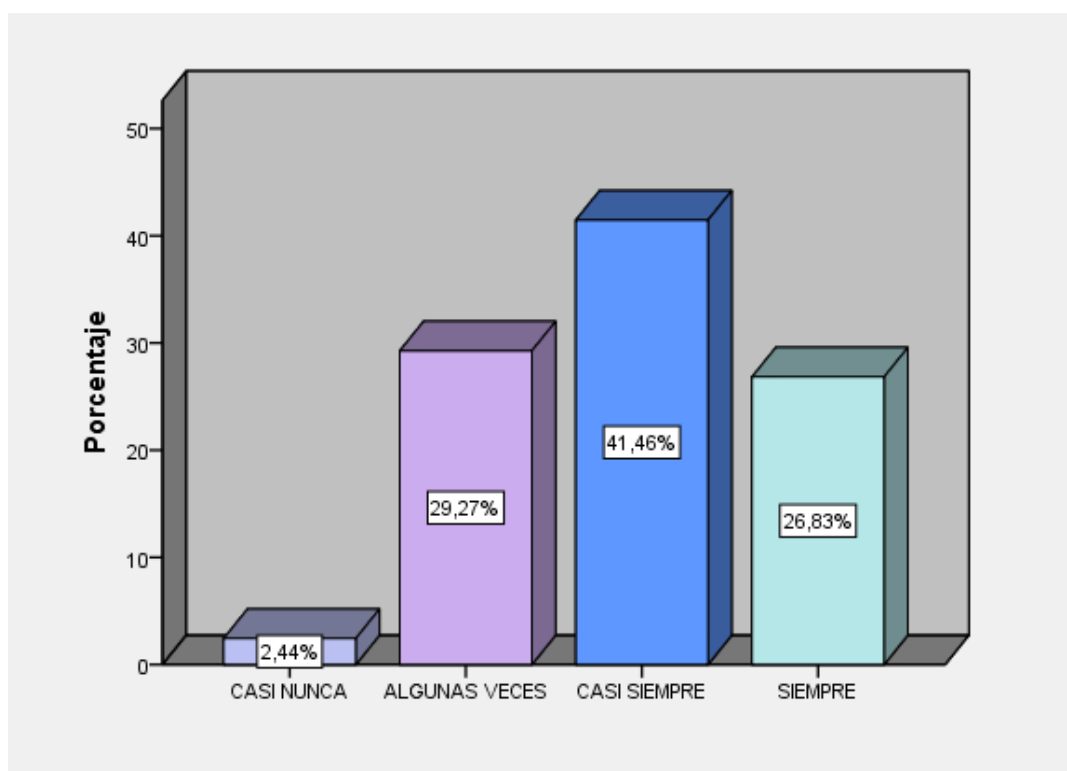


Figura 07. *¿Influye el nivel de segmentación de mercado en la satisfacción del cliente extranjero?*

La tabla N° 10 y la figura 07, presentan los resultados obtenidos correspondientes a los colaboradores de las empresas encuestadas en las que, el 41.46% considera que casi siempre el nivel de segmentación de mercado influye en la satisfacción del cliente extranjero, el 29.27% piensa algunas veces, el 26.83% estima que siempre es necesario y el 2.44% casi nunca.

*¿Usted considera que el nivel de consumo en el mercado destino es un factor clave para establecer un mayor contacto con el cliente consumidor?*

Tabla 11

*Participación de mercado*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
CASI NUNCA	1	2,4	2,4	2,4
ALGUNAS VECES	12	29,3	29,3	31,7
CASI SIEMPRE	15	36,6	36,6	68,3
SIEMPRE	13	31,7	31,7	100,0
Total	41	100,0	100,0	

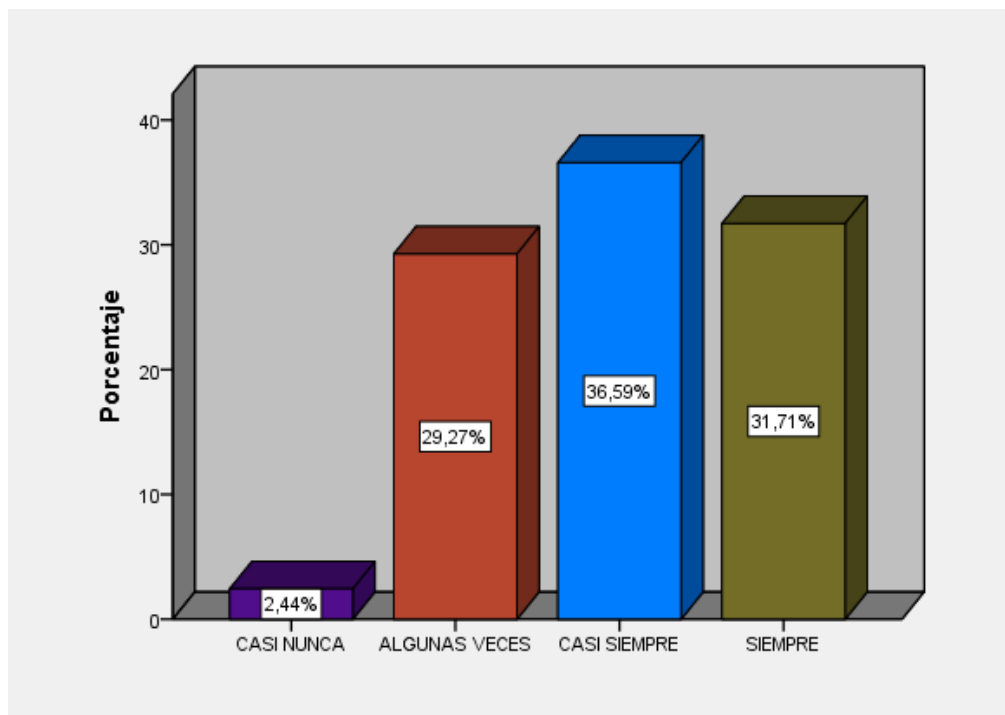


Figura 08. *¿Usted considera que el nivel de consumo en el mercado destino es un factor clave para establecer un mayor contacto con el cliente consumidor?*

La tabla N° 11 y la figura 08, presentan los resultados obtenidos correspondientes a los colaboradores de las empresas encuestadas en las que, el 36.59% considera que casi siempre el nivel de consumo en el mercado destino es un factor exterior, el 31.71% opina que siempre el nivel de consumo en el mercado destino es una herramienta para fidelizar clientes, el 29.27% considera que algunas veces y el 2.44% casi nunca.

*¿Los altos niveles de inflación son un factor perjudicial cuando se negocia la comercialización de los productos entre ambos países?*

Tabla 12

*Balanza Comercial*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ALGUNAS VECES	15	36,6	36,6	36,6
CASI SIEMPRE	9	22,0	22,0	58,5
SIEMPRE	17	41,5	41,5	100,0
Total	41	100,0	100,0	

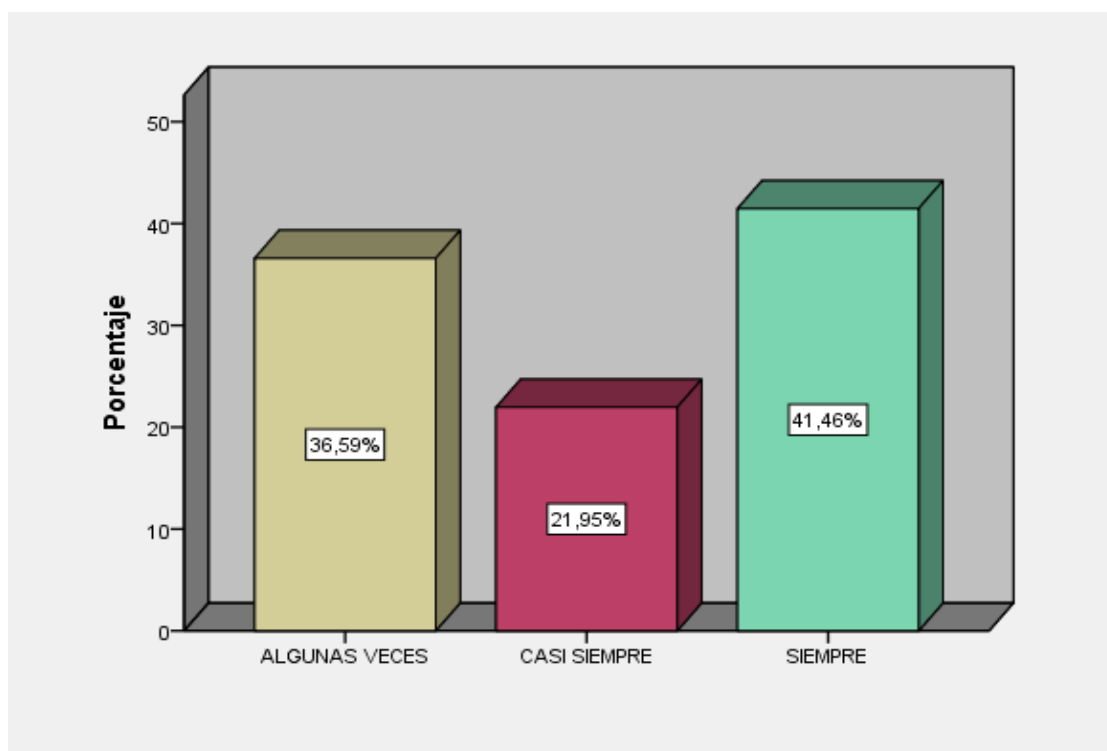


Figura 09. *¿Los altos niveles de inflación son un factor perjudicial cuando se negocia la comercialización de los productos entre ambos países?*

La tabla N° 12 y la figura 09, presentan los resultados obtenidos correspondientes a los colaboradores de las empresas encuestadas en las que, el 41.46% considera que siempre los altos niveles de inflación es perjudicial en las negociaciones, el 36.59% algunas veces y el 21.95% opina que casi siempre son dañinos para las economías.

*¿El alto nivel de deuda externa representa un riesgo al momento de ejecutar acciones comerciales con el país en negociación?*

Tabla 13

*Balanza Comercial*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ALGUNAS VECES	9	22,0	22,0	22,0
CASI SIEMPRE	16	39,0	39,0	61,0
SIEMPRE	16	39,0	39,0	100,0
Total	41	100,0	100,0	

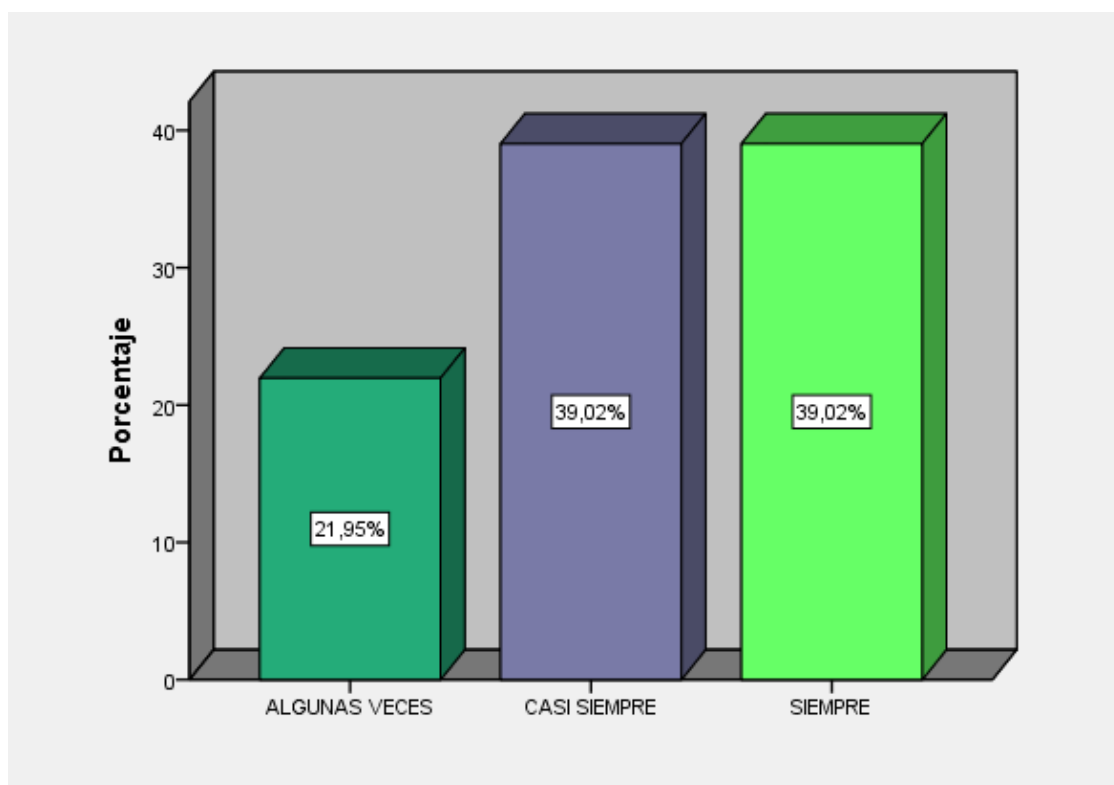


Figura 10. *¿El alto nivel de deuda externa representa un riesgo al momento de ejecutar acciones comerciales con el país en negociación?*

La tabla N° 13 y la figura 10, presentan los resultados obtenidos correspondientes a los colaboradores de las empresas encuestadas en las que, hay un empate de consideración en las que el 39.02% y otro 39.02% piensan que siempre y casi siempre el alto nivel de deuda externa es un riesgo para negociar con otros países y el 21.95% opina que algunas veces presenta un riesgo.



*¿Considera usted que los fluctuantes niveles de PBI afectan en la exportación de sus productos?*

Tabla 14

*Demanda Externa*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ALGUNAS VECES	9	22,0	22,0	22,0
CASI SIEMPRE	20	48,8	48,8	70,7
SIEMPRE	12	29,3	29,3	100,0
Total	41	100,0	100,0	

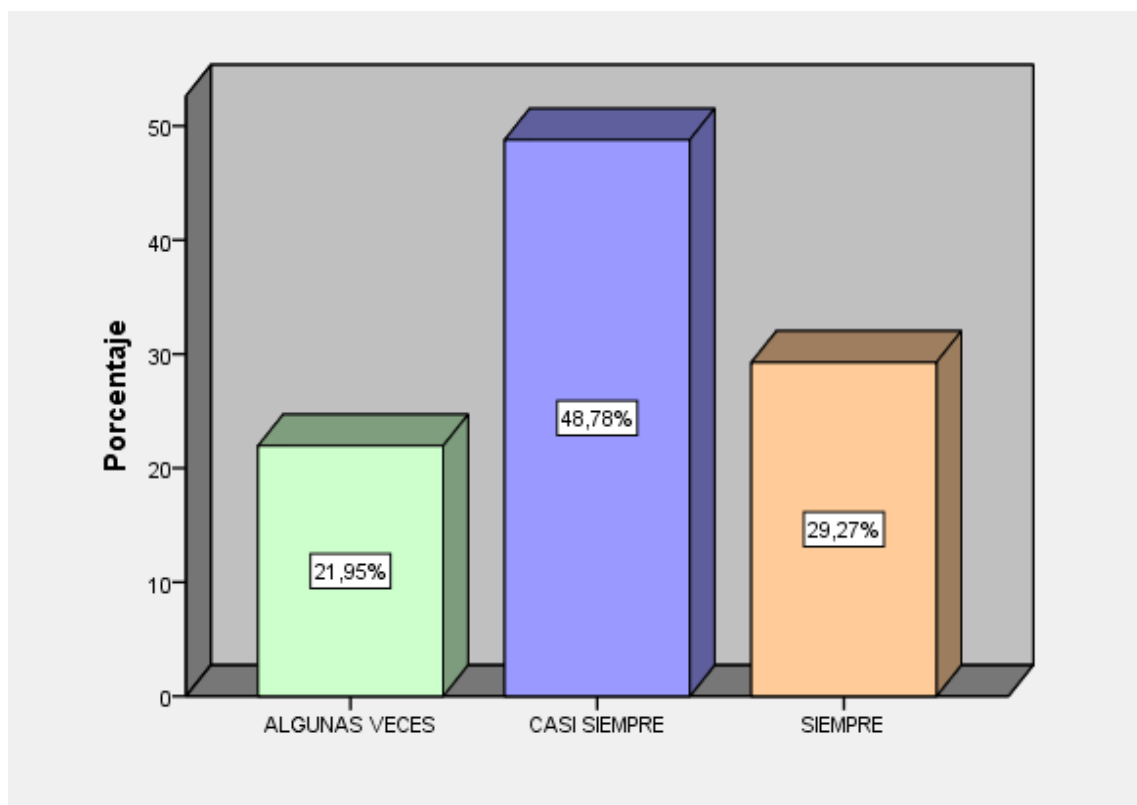


Figura 11. *¿Considera usted que los fluctuantes niveles de PBI afectan en la exportación de sus productos?*

La tabla N° 14 y la figura 11, presentan los resultados obtenidos correspondientes a los colaboradores de las empresas encuestadas en las que, el 48.78% considera que casi siempre los cambios en el PBI afectan a las exportaciones, el 29.27% opina que siempre influye y el 21.95% solo algunas veces.

*Al momento de negociar sus productos con algún país, ¿usted analiza constantemente el nivel de crecimiento de dicho país escogido como destino de sus exportaciones?*

Tabla 15

*Demanda Externa*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ALGUNAS VECES	10	24,4	24,4	24,4
CASI SIEMPRE	16	39,0	39,0	63,4
SIEMPRE	15	36,6	36,6	100,0
Total	41	100,0	100,0	

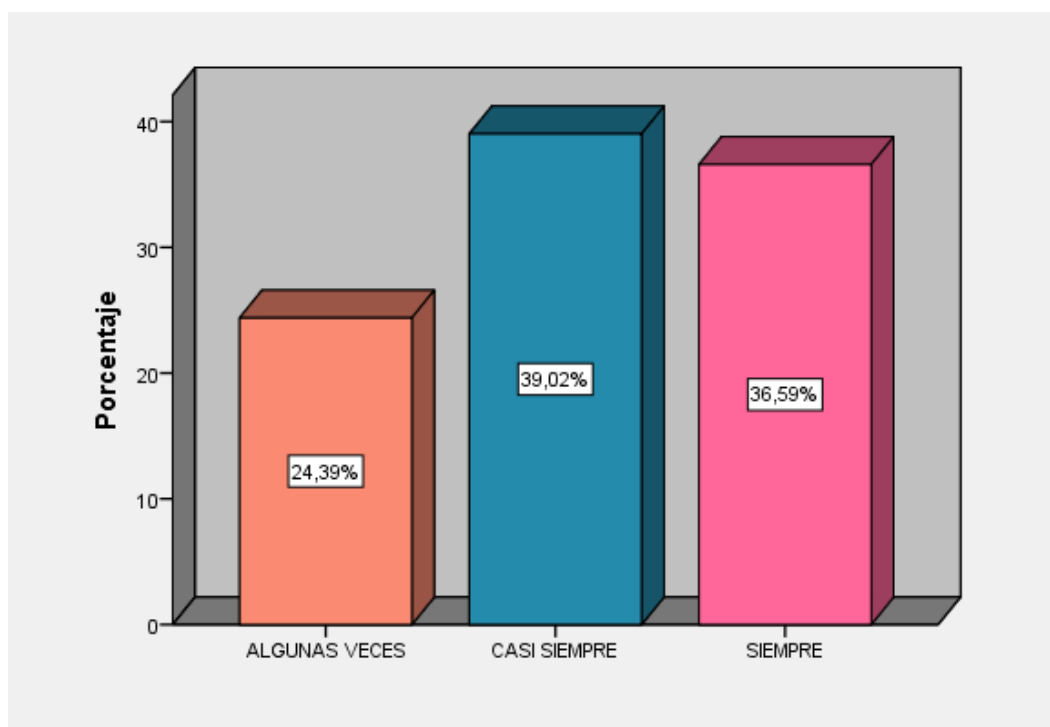


Figura 12. *Al momento de negociar sus productos con algún país, ¿usted analiza constantemente el nivel de crecimiento de dicho país escogido como destino de sus exportaciones?*

La tabla N° 15 y la figura 12, presentan los resultados obtenidos correspondientes a los colaboradores de las empresas encuestadas en las que, el 39.02% considera que analizan casi siempre el nivel de crecimiento del país destino antes de iniciar una negociación, el 36.59% opina que siempre lo hace y el 24.39% lo realizan algunas veces.

## ANÁLISIS CORRELACIONAL:

En el presente análisis se procederá a comprobar la correlación existente en base a las hipótesis planteadas en la tesis:

Hipótesis específica 1

Tabla 16

*El tipo de carga de la cadena de distribución física internacional influye significativamente en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño*

VALORACIÓN ESCALAS	TIPO DE CARGA	EXPORTACIÓN DE TEXTILES
1 NUNCA	1	0
2 CASI NUNCA	4	1
3 A VECES	38	22
4 CASI SIEMPRE	29	31
5 SIEMPRE	10	28

<b>CORRELACIÓN</b>	0.696930496
--------------------	-------------

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

Respecto al gráfico anterior se puede observar que existe una correlación media alta de 0.696930496 entre el tipo de carga de la cadena de distribución física internacional y la influencia en la exportación de textiles peruanos debido a que el 58.5% de los 41 encuestados opinan que no hay mucha relevancia entre estos factores debido al momento de realizar la actividad de comercio internacional para enviar mercancías al mercado brasileño no es de vital importancia para los tratados bilaterales y económicos entre ambos países, pues ellos consideran otros puntos a favor como la balanza comercial y el índice de PBI como factores más determinantes en este proceso.

Hipótesis específica 2

Tabla 17

*La preparación de la mercancía de la cadena de distribución física internacional influye significativamente en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño*

<b>VALORACIÓN ESCALAS</b>	<b>PREPARACIÓN DE LA MERCANCÍA</b>	<b>EXPORTACIÓN DE TEXTILES</b>
<b>1 NUNCA</b>	0	0
<b>2 CASI NUNCA</b>	0	1
<b>3 A VECES</b>	27	22
<b>4 CASI SIEMPRE</b>	37	31
<b>5 SIEMPRE</b>	18	28

---

**CORRELACIÓN** 0.921870958

---

Fuente: Elaboración propia.

#### Interpretación

Con el gráfico anterior se puede describir que existe un nivel de correlación moderada de 0.921870958 entre la preparación de la mercancía de la cadena de distribución física internacional y la exportación de textiles peruanos debido a que el 82.9% de los 41 encuestados consideran que el manejo y preparación, tanto como el embalaje que se utiliza en el proceso de comercio internacional es de vital importancia para desarrollar con mayor eficacia los procesos de venta y recepción de mercadería, evitando de tal manera incurrir en mayores costos con el fin de maximizar las ganancias, es por ello que los encuestados de las empresas plasman en sus opiniones que la adecuada utilización de herramientas para la preparación de mercancía juegan un rol beneficioso a nivel comercial.

#### Hipótesis específica 3

Tabla 18

*El modo de transporte de la cadena de distribución física internacional influye significativamente en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño*

<b>VALORACIÓN ESCALAS</b>	<b>MODO DE TRANSPORTE</b>	<b>EXPORTACIÓN DE TEXTILES</b>
<b>1 NUNCA</b>	0	0
<b>2 CASI NUNCA</b>	4	1
<b>3 A VECES</b>	27	22
<b>4 CASI SIEMPRE</b>	30	31
<b>5 SIEMPRE</b>	21	28

---

**CORRELACIÓN** 0.952091336

---

Fuente: Elaboración propia.

#### Interpretación

Respecto al gráfico anterior se puede extraer que existe un nivel de correlación alta de 0.952091336 entre el modo de transporte de la cadena de distribución física internacional y la exportación de textiles peruanos debido a que la mayoría de los 41 encuestados de las empresas exportadoras consideran que enviar la mercancía en un adecuado sistema de transporte, ya a sea marítimo o aéreo contribuye a optimizar la llegada pertinente de la mercadería, facilitando su transporte al lugar de destino y afianzar los lazos comerciales que se realizan en ambos países, mejorando futuras negociaciones para posteriores exportaciones.

### Hipótesis General

Tabla 19

*La cadena de distribución física internacional influye significativamente en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño*

<b>VALORACIÓN ESCALAS</b>	<b>CADENA DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL</b>	<b>EXPORTACIÓN DE TEXTILES</b>
<b>1 NUNCA</b>	0	0
<b>2 CASI NUNCA</b>	3	1
<b>3 A VECES</b>	31	22
<b>4 CASI SIEMPRE</b>	32	31
<b>5 SIEMPRE</b>	16	28

<b>CORRELACIÓN</b>	0.871591469
--------------------	-------------

Fuente: Elaboración propia.

### Interpretación

Con el gráfico anterior, se puede describir que existe un nivel de correlación moderada de 0.871591469 entre la cadena de distribución física internacional y la exportación de textiles ya que 32 de los 41 encuestados consideran que casi siempre la cadena de distribución influye de forma significativa en los procesos de comercio entre países porque este proceso contribuye a mejorar la satisfacción que percibe el importador al tener la mercadería en el momento pertinente, con una adecuada y procesos operativos que no solo contribuyen a generar una mejor reputación ante los demás mercados internacionales, sino que, promueve el conocimiento en las empresas colaboradoras para minimizar costos de envío y generar un impacto positivo en este proceso comercial.

#### **IV. DISCUSIÓN**

Como resultado de la relación que existe entre el tipo de carga y la exportación de textiles, se obtuvo un grado correlacional de 0.70, significando así que ambos se relacionan de forma positiva, siendo esta dimensión un factor importante dentro de la exportación de textiles ya que permite a las empresas un conocimiento más exacto del tipo de carga a la que pertenece su producto. Según Morante (2016) nos indica que existe una demanda actual por los productos textiles puesto que ante su caída en los últimos tres años, se busca convertirlo en una tendencia creciente y que permita a más empresas ubicarse en los distintos países del mundo. Por lo tanto se está de acuerdo con lo indicado, ya que conocer las preferencias de otros países contribuirá a que el nuestro pueda mejorar y perfeccionar ciertos procesos que generen ventajas sobre otros países.

Respecto a la relación que existe entre la preparación de la mercancía y la exportación de textiles, se pudo comprobar que posee un grado correlacional de 0.92, afirmando que existe una relación positiva alta entre la dimensión y la variable en cuestión; esto aporta información en la manera en que las empresas deben disponer de sus mercancías para trasladarlas a otros países con la intención de cumplir sus ventas internacionales trazadas. Según Ríos (2018) obtuvo como resultado que la capacidad de producción, la relación comercial, etc poseen un nivel bajo en cuanto a conocimientos de procesos de producción para exportación ya que los productos que otorgan no poseen la calidad esperada truncando la competitividad y comercialización en el mercado. Por lo tanto, se está de acuerdo con lo dicho por el autor, ya que para la preparación de la mercancía se deben tener mejores manejos en cuanto al proceso de producción, para que luego de este, se pueda elegir los empaques o embalajes correspondientes que protejan el producto al momento de ser enviado a su destino.

Respecto a la relación existente entre el modo de transporte y la exportación de textiles, se obtuvo un grado correlacional de 0.95 siendo así un nivel positivo alto en cuanto a la relación de ambas; esta dimensión influye dentro de las exportaciones de textiles de forma que ayuda a las empresas a conocer la adecuada forma o manera de enviar sus productos en las mejores condiciones a los distintos países de destino. Según Alcívar y Sanchez (2016) obtuvieron como resultado que una correcta coordinación entre los distintos participantes en el traslado de la mercancía mejorara en que el proceso de entrega sea más rápido y óptimo. Por lo cual se está de acuerdo con los autores, ya que con ello podemos constatar

que elegir el modo de transporte correcto permitirá a las empresas ampliar su cartera de clientes en los distintos países así como también satisfacer de forma más precisa las necesidades del mercado, teniendo como objetivo las entregas just in time presentando mayor cantidad de oportunidades. Ante ello, las empresas exportadoras de textiles deberían considerar que una buena elección podría contribuir en mayor expansión para sus productos.

Ante los resultados de la presente investigación, se pudo observar que la variable cadena de distribución física internacional posee una correlación positiva alta con la variable exportación de textiles, ello denota un nivel correlativo de 0.87, con lo cual se prueba que la hipótesis general planteada es correcta, con lo cual se comprueba la influencia existente de una variable en la otra. Esto se da debido a que el correcto manejo en la ejecución de procesos que abarca la cadena de distribución física internacional influirá en la exportación de textiles hacia el mercado brasileño; según Molina (2017), obtuvo como resultado que uno de los agentes intervinientes en las transacciones o acciones comerciales (importación o exportación) es la cadena de distribución física internacional puesto que es un proceso en el comercio internacional que se ha ido transformando con el paso de la globalización; es por ello, que para efectuar un correcto proceso de exportación hacia otro país se debe tener que la cadena de distribución física internacional contribuirá a ejecutar acciones eficientes y con beneficios mutuos, por lo que se concuerda con los resultados obtenidos en la investigación, afirmando que la influencia entre ambas variables permitirá que las empresas exportadoras de textiles puedan expandir sus mercados sin tener que fracasar en el proceso ya que ello les proporcionara rentabilidades y relaciones comerciales duraderas a lo largo de los años.

## **V. CONCLUSIONES**

Finalizando la investigación se pudo observar en la hipótesis específica 1 que existe una correlación media alta de 69% entre el tipo de carga de la cadena de distribución física internacional y la exportación de textiles peruanos debido a que el 58.5% de los 41 colaboradores de las empresas exportadoras involucradas en las encuestas consideran que existen una relevancia singular entre ambos factores debido a que los procesos de actividad de comercio internacional son regidos en su mayoría por otro tipo de elementos como la balanza comercial y el índice de PBI, los cuales motivan a que ellos opinen que casi siempre la distribución física internacional influye de forma significativa en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño.

Además, en la hipótesis específica 2 se explica que hay una relación directa de 92% entre la preparación de la mercancía de la cadena de distribución física internacional y la exportación de textiles debido a que 37 de los 41 encuestados consideran que casi siempre la adecuada logística y manipuleo de la mercadería conlleva a factores beneficiosos para el comercio internacional, reduciendo riesgos y costos en los participantes y maximizando la precisión de llegada al lugar de destino, por ende se establece el uso de herramientas y conocimientos en la preparación de promueven el éxito comercial de las exportaciones en un alto porcentaje.

También, en la hipótesis específica 3 se detalla que existe un alto nivel de relación con 95% entre el modo de transporte de la cadena de distribución física internacional y la exportación de textiles debido a que 36 colaboradores de las empresas exportadoras en el caso de estudio indicaron que casi siempre un envío adecuado en el sistema de transporte, ya sea marítimo o aéreo promueve la efectividad de llegada al lugar de destino y refuerza los lazos contractuales que se tienen entre ambas partes, como el exportador e importador, fomentando un ambiente eficiente, seguro y responsable.

Para finalizar, en la hipótesis general se determinó que existe una correlación alta moderada de 87% entre la variable cadena de distribución física internacional y la exportación de textiles debido a que existe una gran fiabilidad de los 41 encuestados en los que consideran que hay una relación directa entre los mecanismos utilizados en la distribución física internacional que impactan de forma beneficiosa a la exportación de textiles, con los conocimientos, herramientas, formas de envío y preparación de la mercancía que son factores claves e importantes para el desarrollo del comercio



internacional, así de afianzar los lazos multilaterales que se posee entre las empresas con las que se desea negociar, por ende, este proceso conlleva una facilidad de interpretación de datos y establecerlos en un trabajo rentable.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Se desprende que es posible estudiar otros factores como el índice de PBI, crecimiento de capitales y la deuda externa para encontrar una mayor relevancia entre la distribución física internacional y la exportación de textiles, debido a que el tipo de carga, con un porcentaje de 69% no es tan significativo ante esas variables y los encuestados lo consideran desligado del comercio internacional, lo cual favorecerá un mayor impacto en la investigación, por ello se recomienda que para posteriores estudios se realice una encuesta más exhaustiva a entidades como navieras del sector peruano que trabajan actualmente con grandes empresas a nivel internacional, procurando así un mayor detalle de los procesos que se realizan internamente y satisfacer con mejores resultados el desarrollo de la información y procesos comerciales.

Se puede detallar que los colaboradores de las empresas dedicadas al comercio internacional deben actualizar y fortalecer con el tiempo sus conocimientos acerca de los procesos operativos de la preparación de la mercancía para que de ese modo se logre satisfacer las necesidades del mercado, convirtiéndolos en un sector más competitivo, promoviendo que las ofertas laborales y tratados se centren en Perú con mayor notoriedad, como sucede en Brasil, para lo cual se establece que los estudiantes afines a Negocios Internacionales asistan con a foros, convenciones y charlas donde pueden nutrir el bagaje cognitivo acerca de los procedimientos que suscitan en las empresas exportadoras a diversos mercados.

Al tener un fuerte grado correlacional, se recomienda tener en consideración que la adecuada elección en el modo de transporte correspondiente otorgará beneficios; ya que se cumplirá con los parámetros planteados por los clientes los cuales quedaran satisfechos no solo con el tiempo de entrega sino también con calidad en la que los productos llegaran. Elegir el transporte va a depender de que tan rápido se necesita el producto y del tipo de este; para ello el exportador debe ser minucioso en las características de la mercancía a enviar al exterior. Una buena idea para el desarrollo de estrategias de envío de mercadería sería establecer alianzas entre empresas del exterior que faciliten la reducción de costos, el control del almacén y que colaboren con la gestión de inventarios como el Kardex y otras aplicaciones que resultarán útiles en la investigación.

Para finalizar, si bien ambas variables poseen una relación directa ya que una influye en la otra, se recomienda que el gobierno otorgue charlas informativas a los exportadores que

buscan expandir sus mercados destinos para así obtener rentabilidades a futuro. Estas charlas se plantearían con la finalidad que los exportadores porten conocimientos que les permita ser más competitivos en el mercado y obtener oportunidades en el comercio exterior. Ambos serian beneficiosos no solo para las empresas sino también para próximas investigaciones sobre el tema de distribución física internacional ya que se daría a conocer más información sobre los recursos, aplicativos y las decisiones adecuadas para una exportación en el rubro textil de forma exitosa.

## REFERENCIAS

- Alanoca, T. (2015). Distribución Física Internacional para la importación de tapas y preformas para la industria de bebidas (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/6135/T-2085.pdf?sequence=1>
- Alcívar, E., Sánchez, S. (2016). Análisis de la Distribución Física Internacional y su incidencia para el Comercio Exterior del Ecuador Periodo 2010-2014. Caso: Logística de la Modalidad Transportación Terrestre (Tesis de Licenciatura). Recuperado de [http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10533/1/TESIS%20FINAL%20ALCIVA R-SANCHEZ.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10533/1/TESIS%20FINAL%20ALCIVA%20R-SANCHEZ.pdf)
- Amudio, E. (2018). Factores que dificultan el Proceso de Exportación en las Empresas Textiles de Lima Metropolitana, 2018 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <https://docplayer.es/amp/150882358-Facultad-de-ciencias-empresariales.html>
- Arias, J., Villasis, M., Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: La población de estudio. Recuperado de [revistaalergia.mx/ojs/index.php/ram/article/download/181/273](http://revistaalergia.mx/ojs/index.php/ram/article/download/181/273)
- Banco Central de Reserva del Perú, (2019). Balanza comercial – Enero 2019. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Notas-Estudios/2019/nota-de-estudios-19-2019.pdf>
- Banco Mundial, (2018). Deuda: Panorama General. Recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/topic/debt/overview>
- BBC News Mundo, (2018). Cuáles son los países más endeudados de América Latina (y qué están haciendo para salir adelante). Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-45711981>
- Carrera, E. (s.f.). Los retos sostenibilistas del sector textil. Recuperado de <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/103614/Los+retos+sostenibilistas+del+sector+textil.pdf;jsessionid=EC7350F1CCA5EAA5396AD6A0B32146F1?sequence=1>
- Catalán, B. (2019). Las empresas más importantes del Perú: sector textil/calzado y sector bebidas. Rankia, blog digital. Recuperado de <https://www.rankia.pe/blog/analisis-igbvl/2280145-empresas-mas-importantes-peru-sector-textil-calzado-bebidas>
- Cevallos, D., Álvarez, A. (2016). Los envases y embalajes del Comercio Internacional y la Normativa Ecuatoriana en la facilitación del Comercio Internacional (Tesis de Licenciatura). Recuperado de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16846/1/TESIS%20ENVASES%20Y%20EMBALAJES.pdf>

- Corvo, H. (2017). Participación de mercado: tipos, indicadores y ejemplos. Recuperado de <https://www.lifeder.com/participacion-de-mercado/>
- Coscione, M. (2019). Los beneficios y retos del Comercio Justo. Recuperado de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44615/1/cepal\\_clac2019\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44615/1/cepal_clac2019_es.pdf)
- Da Silva, K. (2018). Análisis de la participación de mercado. Recuperado de <https://www.cuidatudinero.com/13067720/analisis-de-la-participacion-de-mercado>
- De la Rosa, F. (2017). Niveles de Segmentación de Mercado. Recuperado de [https://www.academia.edu/14760635/CAP%C3%8DTULO\\_8\\_1.NIVELES\\_DE\\_SEGMENTACION%C3%93N\\_DE\\_MERCADO](https://www.academia.edu/14760635/CAP%C3%8DTULO_8_1.NIVELES_DE_SEGMENTACION%C3%93N_DE_MERCADO)
- Deborah, (2015). Definición de muestra. Recuperado de <https://www.definicion.co/muestra/>
- Diario “El Comercio”. Ventas electrónicas en el Perú son similares a las de Colombia. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/ventas-electronicas-peru-son-similares-colombia-noticia-579478>
- Diario “El Peruano”, (2019). El Perú registró superávit en enero del 2019. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia-el-peru-registro-superavit-enero-del-2019-76443.aspx>
- Diario El Comercio, (2019). IPE: Crecimiento del PBI tiene impacto directo en la pobreza. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/ipe-crecimiento-pbi-impacto-directo-pobreza-noticia-626419>
- Diario Gestión, (2017). INEI: Demanda externa impulsó crecimiento de economía peruana en 2.28% en agosto. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/inei-demanda-externa-impulso-crecimiento-economia-peruana-2-28-agosto-220771>
- Diario Gestión, (2018). Exportadores textiles “ven la luz al final el túnel”. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/exportadores-textiles-ven-luz-final-tunel-232650>
- Flores, J. (2015). Teoría de la ventaja comparativa. Recuperado de <https://ecoparatodos.wordpress.com/2015/03/04/teoria-de-la-ventaja-comparativa/>
- Franco, Y. (18 de junio de 2013). Población y Muestra. Recuperado de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2013/06/poblacion-y-muestra-ejemplo.html>
- Galindo, M. y Viridiana, R. (2015) “Exportaciones” en Serie de Estudios Económicos, Vol. 1, Julio 2015. México DF: México ¿cómo vamos?

- Gómez, M. (2006). Introducción a la metodología científica. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=9UDXP4U7aMC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Gómez, S. (2012). Metodología de la investigación. Recuperado de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia_de_la_investigacion.pdf)
- Guisao, E., Zuluaga, A. (2011). Distribución Física Internacional – Caso de aplicación de productos de panela pulverizada – biopanela. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n70/n70a13.pdf>
- Hernández, R. (2014) Metodología de la Investigación. México D.F: Mc Graw Hill Education.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. Recuperado de [https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n\\_Sampieri.pdf](https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf)
- Huapaya, J. (2011). Análisis de la problemática en la Distribución Física Internacional de las principales Empresas Agroexportadoras de espárrago verde fresco por vía aérea al mercado de la Unión Europea (Tesis de Licenciatura). Recuperado de [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/337/1/huapaya\\_jp.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/337/1/huapaya_jp.pdf)
- INEI: Exportaciones de productos no tradicionales crecieron 6.35% en enero. (01 de marzo del 2019). Andina. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-inei-exportaciones-productos-no-tradicionales-crecieron-635-enero-743995.aspx>
- Marcillo, C. (s.f.). Comercio Justo, una transgresión a la teoría económica. Recuperado de <http://base.socioeco.org/docs/comerciojustotransgresionalateoriaeconomica.pdf>
- Marco, J. (6 de octubre del 2015). Preparación de la mercancía para el transporte (Blog). Recuperado de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/logistica/transportes/preparacion-de-la-mercancia-para-el-transporte/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, (2018). Exportaciones textiles registraron 11 meses de crecimiento ininterrumpido. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/exportaciones-textiles-registraron-11-meses-de-crecimiento-ininterrumpido/>

- Ministerio de Economía y Finanzas, (2019). Ministerio de Economía y Finanzas mantiene proyección de crecimiento del PBI en 4.2% para 2019. Recuperado de <https://www.mef.gob.pe/es/noticias/notas-de-prensa-y-comunicados?id=5989>
- Miranda, J. (2005). Gestión de Proyectos. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=pAQ9QelkHmkC&pg=PA392&dq=distribucion+fisica+internacional&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiMnOe38YXjAhUCHbkGHdcRAucQ6AEIPTAF#v=onepage&q=distribucion%20fisica%20internacional&f=false>
- Molina, A. (2017). Análisis de la Distribución Física Internacional y el proceso de marketing en Corpneumatics, S.A. de C.V. (México) (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://159.90.80.55/tesis/000175542.pdf>
- Mondragón, V. (s.f.). La Distribución Física Internacional: Definición, actores y riesgos. Diario del exportador. Recuperado de <https://www.diariodelexportador.com/2017/12/la-distribucion-fisica-internacional.html>
- Morante, M. (2016). Estudio de mercado para determinar la oportunidad de comercializar T-Shirts a base de algodón orgánico peruano con destino al sector textil de Medellín, Colombia. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/826/1/TL\\_MoranteVerasteguiMayluz.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/826/1/TL_MoranteVerasteguiMayluz.pdf)
- Muñoz, R. (2014). Clasificación de la carga. Recuperado de [https://syscomer.files.wordpress.com/2014/08/clasificacion\\_de\\_las\\_cargas.pdf](https://syscomer.files.wordpress.com/2014/08/clasificacion_de_las_cargas.pdf)
- Pérez, J. (2014). “Just in Time” Aplicado en la industria de la construcción (Tesina de especialización). Recuperado de <http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/jspui/bitstream/132.248.52.100/6922/1/TESINA%20JUST%20IN%20TIME%20pdf.pdf>
- Rankia, blog digital. Recuperado de <https://www.rankia.pe/blog/analisis-igbvl/2280145-empresas-mas-importantes-peru-sector-textil-calzado-bebidas>
- Reyes, O. (2014). Gestión Logística de los Negocios Internacionales. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1396/carga.htm>
- Ríos, I. (2018). Nivel de competitividad del potencial exportador en el Sector Textil Artesanal del centro poblado de Porcón Alto – Cajamarca En El Año 2017. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de

<http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12919/Tesis%20Ivi%20Samanta.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Riquelme, M. (2018). Ventaja Comparativa: La Teoría de Importancia en el Comercio.

Recuperado de: <https://www.webyempresas.com/ventaja-comparativa/>

Roldán, P. (2018). Demanda externa. Recuperado de

<https://economipedia.com/definiciones/demanda-externa.html>

Rosales, S. (2019). Exportadores textiles peruanos apuestan por mayor valor agregado.

Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/exportadoras-textiles-peruanas-apuestan-mayor-agregado-255835>

Sevilla, A. (2016). Tipos de inflación. Recuperado de

<https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-inflacion.html>



## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de consistencia

Problemas de Investigación	Objetivos de Investigación	Hipótesis de Investigación	Variables	Dimensiones	Indicadores	Métodos
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	CADENA DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL	Tipo de Carga	Volumen de carga general	<b>1. Enfoque</b> Cuantitativo. <b>2. Tipo de Investigación</b> Correlacional <b>3. Nivel de investigación</b> No experimental <b>4. Población</b> 27 empresas exportadoras de prendas de vestir al mercado brasileño. <b>5. Muestra</b> 41 colaboradores de 2 empresas exportadoras de prendas de vestir al mercado brasileño. <b>6. Instrumentos de recolección de datos</b> -Encuestas.
¿De qué manera la cadena de distribución física internacional influye en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño?	Determinar de qué manera la cadena de distribución física internacional influye en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño.	La cadena de distribución física internacional influye significativamente en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño.			Preparación de la mercancía	
				Medidas de Empaque / Envase		
					Medidas de Embalaje	
				Modo de Transporte		
Niveles de afluencia marítima						
¿De qué manera el tipo de carga de la cadena de distribución física internacional influye en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño?	Determinar de qué manera el tipo de carga de la cadena de distribución física internacional influye en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño.	El tipo de carga de la cadena de distribución física internacional influye significativamente en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño.	EXPORTACIÓN DE TEXTILES	Participación de mercado	Niveles de segmentación de mercado	
					Niveles de consumo	
¿De qué manera la	Determinar de qué	La preparación de la				

preparación de la mercancía de la cadena de distribución física internacional influye en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño?	manera la preparación de la mercancía de la cadena de distribución física internacional influye en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño.	mercancía de la cadena de distribución física internacional influye significativamente en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño.		
¿De qué manera el medio de transporte de la cadena de distribución física internacional influye en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño?	Determinar de qué manera el medio de transporte de la cadena de distribución física internacional influye en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño.	El medio de transporte de la cadena de distribución física internacional influye significativamente en la exportación de textiles peruanos al mercado brasileño.	Balanza Comercial	Niveles de inflación Nivel de Deuda Externa
			Demanda Externa	Niveles de PBI Nivel de crecimiento

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 2: Formato de cuestionario

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS						
<p><b>SEÑOR(A):</b> Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitarle muy gentilmente unos minutos de su tiempo para poder rellenar esta encuesta que a continuación se observa. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta que ha sido elaborada con fines universitarios, servirán para recopilar datos informativos acerca de las dos variables de estudios de mi proyecto de investigación relacionadas con las estrategias de marketing y la competitividad. Le agradezco de antemano su tiempo, comprensión y colaboración brindada.</p> <p><b>INSTRUCCIONES:</b> A continuación se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente:  <b>Si (5) – Casi Siempre (4) – Algunas Veces (3) – Pocas Veces (2) – No(1)</b></p>						
CUESTIONARIO						
VARIABLE: CADENA DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL						
DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
TIPO DE CARGA	VOLUMEN DE CARGA GENERAL					
	1. ¿La empresa maneja un volumen de carga general alto mensualmente?					
	VOLUMEN DE CARGA GRANEL					
	2. ¿La empresa maneja un volumen de carga a granel alto mensualmente?					
PREPARACIÓN DE LA MERCANCÍA	MEDIDAS DE EMPAQUE / ENVASE					
	3. ¿Considera usted que tanto el empaque como el envase son características importantes para el envío de mercancías al mercado brasileño?					
	MEDIDAS DE EMBALAJE					
	4. ¿Considera necesario que un adecuado embalaje contribuirá a reducir costos ante algún inconveniente dentro del tránsito internacional hasta llegar a su destino final?					
MEDIO DE TRANSPORTE	NIVELES DE AFLUENCIA AÉREA					
	5. ¿Utiliza con frecuencia el modo de transporte aéreo para enviar sus mercancías al mercado brasileño?					

	<b>NIVELES DE AFLUENCIA MARÍTIMA</b>					
	6. ¿Utiliza con frecuencia el modo de transporte marítimo para enviar sus prendas al mercado brasileño?					
<b>VARIABLE: EXPORTACIÓN DE TEXTILES</b>						
<b>PARTICIPACIÓN DE MERCADO</b>	<b>NIVELES DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO</b>					
	1. ¿Influye el nivel de segmentación de mercado en la satisfacción del cliente extranjero?					
	<b>NIVELES DE CONSUMO</b>					
	2. ¿Usted considera que el nivel de consumo en el mercado destino es un factor clave para establecer un mayor contacto con el cliente consumidor?					
<b>BALANZA COMERCIAL</b>	<b>NIVELES DE INFLACIÓN</b>					
	3. ¿Los altos niveles de inflación son un factor perjudicial cuando se negocia la comercialización de los productos entre ambos países?					
	<b>NIVELES DE DEUDA EXTERNA</b>					
	4. ¿El alto nivel de deuda externa representa un riesgo al momento de ejecutar acciones comerciales con el país en negociación?					
<b>DEMANDA EXTERNA</b>	<b>NIVELES DE PBI</b>					
	5. ¿Considera usted que los fluctuantes niveles de PBI afectan en la exportación de sus productos?					
	<b>NIVEL DE CRECIMIENTO</b>					
	6. Al momento de negociar sus productos con algún país, ¿usted analiza constantemente el nivel de crecimiento de dicho país escogido como destino de sus exportaciones?					

### Anexo 3: Validación de encuestas



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Marcos Cuap Pary D.  
 I.2. Especialidad del Validador: Maestría en Ciencias Interdisciplinarias y Derechos  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: S. Producción  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario-encuesta  
 I.5. Autor del instrumento: Gonzales Espinoza Yael, Suarez Icomeda Giovanni

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado.					/
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					/
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.					/
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables.					/
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					/
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					/
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito.					/
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					/
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento.					/
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					/
PROMEDIO DE VALORACIÓN						85%



**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....  
.....  
.....

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

Los Olivos, 24 de Junio del 2019.

.....  
Firma de experto informante

DNI: 41380192

Teléfono: 986403288



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Cavero Esquivela Vargas, Leirelinda  
 I.2. Especialidad del Validador: Finanzas.  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario - Encuesta  
 I.5. Autor del instrumento: Gonzales Cipriano Yael, Sudney Teomedes Giovanni

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado.					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables.					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito.					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento.					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
PROMEDIO DE VALORACIÓN						85%



**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....  
.....  
.....

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

Los Olivos, 25 de junio del 2019.

Firma de experto informante

DNI: 08879583

Teléfono: 945184338





## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

## I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: PASACHE RAMOS MAXIMO FIDEL  
 I.2. Especialidad del Validador: MG. ING. ECONOMISTA  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DTS Univ. César Vallejo  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario - Encuesta  
 I.5. Autor del instrumento: Gonzales Apinaya Yael, Suarez Leonidas Giovanni

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					81%	

## III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

## IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

81%

Los Olivos, 24 de JUNIO del 2019.

  
 Firma de experto informante

DNI: 07903350

Teléfono: 985097741

#### Anexo 4: Gráficos o Tablas

EMPRESAS EXPORTADORAS DE TEXTILES AL MERCADO BRASILEÑO		
1	20502725328	ARTE TEXTIL LATINO SOCIEDAD ANÓNIMA
2	20513930748	AURA TEXTILES SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA
3	20144048301	CANGALLO & CIA. SA
4	20507907114	CATÁLOGO S.A.C
5	20511127174	COMERCIAL DISTRIBUIDORA ARIANA S.A.C.
6	20100562848	COMPANIA UNIVERSAL TEXTIL S.A.
7	20100089051	CONFECCIONES LANCASTER S A
8	20101042384	CONFECCIONES RITZY S A
9	20507240187	CONSORCIO TEXTIL EXPORTADOR SAC
10	20169044733	CORCELI S.A.C.
11	20133530003	CREDITEX S.A.A.
12	20501977439	DEVANLAY PERU S.A.C.
13	20550854393	ESMNAN TRADING SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA
14	20418108151	HILANDERIA DE ALGODÓN PERUANO S.A.
15	20511117616	IBSA CONFECCIONES SAC
16	20512678425	INCAGREAT KNITS S.A.C.
17	20100440653	MANUFACTURAS AMÉRICA E I R L
18	20348150627	MEXTHON S.A.C
19	20113277883	PARADIGMA EIRL
20	20110881470	PROMOCIONES CHET'S S.A.
21	20102309180	REPRIND S.A.C.
22	20552851871	RS HOLDING SAC
23	20509184837	TEXTIL CARMELITA S.A.C.
24	20293847038	TEXTILES CAMONES S.A.
25	20100047056	TOPY TOP S A
26	20515207181	UNIC BRANDS PERU S.A.C.
27	10094431153	VENANCIO ONOFRE FALMER

Fuente: Elaboración propia con datos de SIICEX.

#### Empresas destacadas en ventas en el año 2017

Ranking	Empresa	Cifra de ventas (US\$ mill)
1	Michelli y Cía.	116,6
2	Creditex / De Cervesur	80,9
3	Cía Industrial Nuevo Mundo	70,1
4	Sudamericana de Fibras	70,0
5	Devanlay Perú	69,0
6	Topy Top	67,1
7	Confecciones Textimax	56,0
8	Inca Tops	51,0
9	Hilandería de Algodón Peruano	47,0
10	Textil del Valle	46,0

Fuente: Rankia, blog digital

## Base de datos SPSS

VALIDACION DE DATOS (TESIS).sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Pregunta1	Numérico	8	0	¿La empresa m...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	Pregunta2	Numérico	8	0	¿La empresa m...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	Pregunta3	Numérico	8	0	¿Considera ust...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	Pregunta4	Numérico	8	0	¿Considera nec...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	Pregunta5	Numérico	8	0	¿Utiliza con fre...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	Pregunta6	Numérico	8	0	¿Utiliza con fre...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	Pregunta7	Numérico	8	0	¿Influye el nivel...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	Pregunta8	Numérico	8	0	¿Usted conside...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	Pregunta9	Numérico	8	0	¿Los altos nivel...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	Pregunta10	Numérico	8	0	¿El alto nivel d...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	Pregunta11	Numérico	8	0	¿Considera ust...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	Pregunta12	Numérico	8	0	Al momento de...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											

Vista de datos Vista de variables



Visible: 12 de 12 variables

	Pregunta1	Pregunta2	Pregunta3	Pregunta4	Pregunta5	Pregunta6	Pregunta7	Pregunta8	Pregunta9	Pregunta10	Pregunta11	Pregunta12	var	var	var	var
1	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	SIEMPRE				
2	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE				
3	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE				
4	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	SIEMPRE				
5	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	SIEMPRE	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	ALGUNAS...	CASI SIE...				
6	ALGUNAS...	SIEMPRE	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	ALGUNAS...	SIEMPRE	ALGUNAS...	SIEMPRE	ALGUNAS...	CASI SIE...				
7	ALGUNAS...	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...				
8	SIEMPRE	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE				
9	ALGUNAS...	CASI SIE...	SIEMPRE	ALGUNAS...	SIEMPRE	CASI SIE...	SIEMPRE	ALGUNAS...	SIEMPRE	CASI SIE...	SIEMPRE	CASI SIE...				
10	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI SIE...	SIEMPRE	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI SIE...	SIEMPRE	CASI SIE...				
11	SIEMPRE	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE				
12	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE				
13	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI NUN...	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...				
14	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI NUN...	CASI SIE...	CASI NUN...	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI SIE...				
15	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI NUN...	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...				
16	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...				
17	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI NUN...	ALGUNAS...	CASI NUN...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...				
18	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...				
19	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...				
20	CASI SIE...	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...				
21	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI SIE...				
22	CASI NUN...	CASI NUN...	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...				
23	ALGUNAS...	CASI NUN...	SIEMPRE	SIEMPRE	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...				

Vista de datos

Vista de variables



Visible: 12 de 12 variables

	Pregunta1	Pregunta2	Pregunta3	Pregunta4	Pregunta5	Pregunta6	Pregunta7	Pregunta8	Pregunta9	Pregunta10	Pregunta11	Pregunta12	var	var	var	var
24	CASI SIE...	NUNCA	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	CASI SIE...	SIEMPRE	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...				
25	ALGUNAS...	CASI SIE...	SIEMPRE	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI SIE...	SIEMPRE	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	CASI SIE...	SIEMPRE				
26	CASI SIE...	CASI NUN...	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE				
27	SIEMPRE	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	CASI SIE...	SIEMPRE	ALGUNAS...				
28	SIEMPRE	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	SIEMPRE	ALGUNAS...	ALGUNAS...	SIEMPRE	SIEMPRE	CASI SIE...	SIEMPRE				
29	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	CASI SIE...	SIEMPRE				
30	CASI SIE...	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	SIEMPRE				
31	ALGUNAS...	ALGUNAS...	SIEMPRE	SIEMPRE	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	SIEMPRE	ALGUNAS...	CASI SIE...	SIEMPRE				
32	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	SIEMPRE	CASI SIE...	ALGUNAS...				
33	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	SIEMPRE	CASI SIE...	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	SIEMPRE	CASI SIE...	CASI SIE...				
34	ALGUNAS...	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	CASI SIE...	CASI SIE...	ALGUNAS...				
35	ALGUNAS...	SIEMPRE	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	CASI SIE...	SIEMPRE	CASI SIE...	ALGUNAS...				
36	SIEMPRE	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	CASI SIE...				
37	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI SIE...	ALGUNAS...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	CASI SIE...				
38	ALGUNAS...	SIEMPRE	CASI SIE...	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE				
39	CASI SIE...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	CASI SIE...	CASI SIE...				
40	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE				
41	ALGUNAS...	ALGUNAS...	CASI SIE...	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	SIEMPRE	CASI SIE...	CASI SIE...	CASI SIE...	ALGUNAS...				
42																
43																
44																
45																
46																

Vista de datos

Vista de variables

## Anexo 5: Carta de Compromiso

### CARTA DE COMPROMISO

Yo, Yael Estefani Gonzales Espinoza identificado con DNI N° 73248030, estudiante de la escuela profesional de Negocios Internacionales de la sede Lima Norte, me comprometo a continuar la experiencia curricular de Desarrollo de Proyecto de Investigación en el semestre académico 2019 – II con el otro integrante, el estudiante Giovanni Enrique Suárez Icomedes identificado con DNI N° 72750158.

En caso de no poder continuar en el siguiente semestre académico, me comprometo a ceder los derechos al otro autor para que continúe con el proceso de desarrollo de tesis con la finalidad de no verse perjudicado.

Atte.:



---

Yael Estefani Gonzales Espinoza

DNI: 73248030

### CARTA DE COMPROMISO

Yo, Giovanni Enrique Suárez Icomedes identificado con DNI N° 72750158, estudiante de la escuela profesional de Negocios Internacionales de la sede Lima Norte, me comprometo a continuar la experiencia curricular de Desarrollo de Proyecto de Investigación en el semestre académico 2019 – I con el otro integrante, el estudiante Yael Estefani Gonzales Espinoza, identificado con DNI N° 73248030.

En caso de no poder continuar en el siguiente semestre académico, me comprometo a ceder los derechos al otro autor para que continúe con el proceso de desarrollo de tesis con la finalidad de no verse perjudicado.

Atte.:



---

Giovanni Enrique Suarez Icomedes

DNI: 72750158